



JURNALISTIK

Literary Journalism



Dr. H. Mahi M. Hikmat, M.Si.

JURNALISTIK: LITERARY JOURNALISM

Edisi Pertama

Copyright © 2018

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ISBN 978-602-422-289-5

15 x 23 cm

xii, 250 hlm

Cetakan ke-1, Mei 2018

Kencana, 2018.0931

Penulis

Dr. H. Mahi M. Hikmat, M.Si.

Desain Sampul

Irfan Fahmi

Penata Letak

Riefmanto

Penerbit

PRENADAMEDIA GROUP

(Divisi Kencana)

Jl. Tandra Raya No. 23

Rawamangun - Jakarta Timur 13220

Telp: (021) 47864657 Faks: (021) 475-4134

e-mail: pmg@prenadamedia.com

www.prenadamedia.com

INDONESIA

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit.

Terkhusus untuk

Bunda Tersayangku: Bunda Anih Heryani yang telah menghadap Allah SWT pada 14 Desember 2015, Insya Allah Bunda tenang di sisi-Nya. Amin.

Untuk

Ayahanda: Bapak Atmaludin yang tetap tabah dalam doa yang tulus untuk istri dan anak-anaknya

Juga untuk

Istriku: C. Surtika; **Anakku:** Moch Rey Baskara, Ghanes Muhammad Aljabbar, dan Refika Nurani Hikmat yang selalu ikhlas menemani dalam suka maupun duka

Semoga Allah SWT selalu memberikan kebaikan pada kita semua. Amin.

DAFTAR GAMBAR

hlm

Gambar 2.1 Proses Komunikasi 1	12
Gambar 2.2 Proses Komunikasi 2	12
Gambar 2.3 Proses Komunikasi Sosial	13
Gambar 3.1 Teori Jarum Hipodermik	44
Gambar 3.2 Teori Use and Gratification	45
Gambar 3.3 Teori Agenda Setting	47
Gambar 3.4 Teori Kultivasi	49
Gambar 3.5 Teori Belajar Sosial	50
Gambar 7.1 Mekanisme Penyelesaian Sengketa Informasi	129
Gambar 8.1 Model Penulisan Berita	139
Gambar 8.2 Nilai Aktualitas Berita	141
Gambar 8.3 Unsur Aktualitas dari Prakke	141
Gambar 8.4 Aktualitas Prakke	142
Gambar 8.5 Aktualitas dari Dovifat	142
Gambar 8.6 Objektivitas	143
Gambar 8.7 Reporter Netral dari Cohen	144
Gambar 8.8 Reporter Pemeranserta dari Cohen	144

DAFTAR TABEL

hlm

Tabel 3.1 Perbandingan Karakteristik Media Massa	25
Tabel 6.1 Perjalanan Kode Etik Jurnalistik	97
Tabel 12.1 Persepsi Kategori Penodaan Agama	218

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Buku Jurnalistik bukan buku baru pada khazanah keilmuan Komunikasi, sudah puluhan, bahkan mungkin ratusan buku yang bernapas Jurnalistik terbit, baik ditulis oleh ilmuwan dalam negeri maupun luar negeri. Namun, Jurnalistik sebagai salah satu Ilmu Terapan dalam Bidang Ilmu Komunikasi tidak stagnan, selalu dinamis sejalan dengan pesatnya perkembangan jaman. Apalagi, Jurnalistik tidak dapat melepaskan, bahkan selalu beriringan dengan perkembangan teknologi, terutama teknologi informasi, sehingga ketika teknologi informasi mengalami perkembangan yang luar biasa, maka Jurnalistik pun mengalami kondisi yang sama.

Oleh karena itu, bukan hal yang aneh jika buku-buku Jurnalistik terus diterbitkan dan buku-buku tersebut pun tetap mendapatkan minat yang besar dari masyarakat karena isi dari buku tersebut pun selalu *up to date* sesuai perkembangan jaman. Namun, bukan berarti buku yang lama tidak berarti bagi khazanah perkembangan Jurnalistik. Buku yang lama tetap penting, tetapi perlu dilakukan sejumlah perubahan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi.

Seperti halnya buku yang berjudul *Jurnalistik: Literary Journalism* yang ditulis oleh penulis pada kesempatan ini. Di dalamnya masih terdapat konsep-konsep lama yang sebenarnya sudah disampaikan oleh buku-buku Jurnalistik sebelumnya, tetapi di dalamnya juga kaya dengan temuan-temuan baru yang *up to date*; yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama kalangan terdidik yang memiliki minat pada dunia jurnalistik.

Buku ini disusun dengan strategi selain untuk melayani mahasiswa Ilmu Komunikasi, juga untuk melayani masyarakat peminat Jurnalistik yang memerlukan *up to date* sekitar perkembangan dunia Jurnalistik kekinian sejalan dengan perkembangan jaman.

Sasaran yang ingin dicapai dengan buku ini, secara umum menginginkan mahasiswa dan masyarakat umum memiliki pemahaman yang holistik tentang Jurnalistik, baik secara teoretis maupun praktis. Secara khusus mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan praktis dalam menyusun karya Jurnalistik, khususnya teknis menulis *Literary Journalism* yang merupakan hasil perpaduan keterampilan antara Jurnalistik Terapan dan Sastra Terapan.

Oleh karena itu, *Buku Jurnalistik: Literary Journalism* ini dapat dijadikan buku teks bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sastra di seluruh Perguruan Tinggi, baik di dalam maupun di luar negeri. Oleh

karena itu, semoga dengan hadirnya buku ini dapat mempermudah proses perkuliahan, sehingga lebih efektif.

B. Tujuan Pembelajaran

Agar mahasiswa dan masyarakat umum mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan mempraktikkan kemampuan menulis mereka dalam bentuk karya-karya Jurnalistik yang bernuasa sastra. Dengan mempelajari teori, konsep, dan langkah-langkah praktis di bidang Jurnalistik dan dipadukan dengan kemampuan menundukkan kata-kata, mahasiswa akan mampu membuat karya nyata untuk memberikan kontribusi pada perkembangan dalam berbagai aspek, baik teoretis, akademis, praktis, bahkan manfaat positif bagi masyarakat luas.

C. Peta Konsep

Buku ini disusun se-sistematis mungkin, dari mulai hal-hal yang teoretis sampai pada hal-hal yang praktis; dari mulai hal-hal yang umum sampai ke hal-hal yang khusus.

Buku ini dimulai dengan pembahasan tentang Ilmu Komunikasi yang merupakan induknya Ilmu Jurnalistik. Dalam bab ini dipaparkan tentang definisi komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi, sampai ke proses komunikasi. Semua dipaparkan secara singkat, tetapi diharapkan dapat memberikan gambaran umum tentang seluk beluk Komunikasi.

Setelah membahas secara singkat dan padat tentang Komunikasi, kemudian dibahas salah satu cabang Ilmu Komunikasi yang menurunkan Ilmu Jurnalistik, yakni Komunikasi Massa. Pembahasan Komunikasi Massa cukup komprehensif dari mulai definisi, media massa, fungsi komunikasi massa, etika komunikasi massa, sampai dipaparkan beberapa contoh media massa dan beberapa contoh Teori Komunikasi Massa.

Beranjak pada pembahasan selanjutnya, dikupas tentang Pers karena kalau berbicara media massa harus juga berbicara pers karena antara media massa, pers, dan jurnalistik erat kaitannya. Pada Bab Pers dibahas tentang definisi pers, fungsi pers, hak dan kewajiban pers, serta sistem pers yang ada pada dunia.

Bab berikutnya dibahas tentang Jurnalistik dan Wartawan. Jurnalistik diungkap mulai dari definisi sampai aspek-aspek penting dari Jurnalistik baik dalam pandangan teoretis maupun pandangan praktis. Dalam bahasan wartawan diungkap tentang definisi wartawan, tugas dan fungsi wartawan, serta profil wartawan ideal dalam berbagai kacamata, termasuk dalam kaca mata ajaran agama Islam.

Kemudian dibahas juga tentang Kode Etik Jurnalistik yang menjadi rujukan pokok gerak langkah para wartawan dalam menjalankan tugas, baik bagi wartawan media cetak maupun media elektronik. Hal itu penting disampaikan agar dapat diketahui hal-hal apa saja yang baik dan tidak baik, yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh seorang wartawan, terutama pada era kekinian yakni era euphoria kebebasan pers pada masa reformasi ini.

Selanjutnya dibahas tentang konten media massa yang merupakan karya jurnalistik dengan berbagai jenis, mulai *news* sampai *views*. Dalam bab ini selain disajikan teknik penulisan, juga dilengkapi dengan contoh-contoh yang dapat menjadi panduan pembaca.

Bab selanjutnya dibahas khusus tentang *Literary Journalism* atau Jurnalistik Sastra atau istilah yang lebih populer *feature*. Mulai dari teknis pembuatan *feature* sampai contoh-contoh terkait dengan *feature* yang baik sebagai bahan pembandingan dan rujukan bagi pembaca.

Selain itu, buku ini pun ditambahkan dengan penguatan berupa pembahasan empat paket undang-undang komunikasi, yakni Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Sebagai penguat tambahan buku ini pun dibahas tentang Delik Pers, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia. Delik Pers dipaparkan analisis dari pasal-pasal dalam KUHPidana yang terkait dengan peran dan fungsi Pers. Sementara itu, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia dibahas dari aspek kedudukan, tugas pokok, dan fungsinya dalam upaya memfilter isi media massa agar sehat dan mendidik. ***

BAB II

KOMUNIKASI

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Komunikasi, baik dari sisi definisi, proses, maupun fungsi, bahkan dengan pendekatan lain yang menunjukkan bahwa Komunikasi merupakan sebuah ilmu yang multidisipliner.

B. Pengertian Komunikasi

Masyarakat memandang istilah komunikasi sudah menjadi istilah yang biasa dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari, bukan lagi istilah eksklusif milik kelompok tertentu seperti sejumlah istilah keilmuan lain. Komunikasi sudah menjadi kata pasaran yang dapat digunakan oleh siapapun, dalam konteks apapun dan dimanapun. Setiap orang memiliki kebebasan untuk menggunakan sekaligus mempersepsikan istilah komunikasi sesuai dengan pendekatan masing-masing. Penulis mempersepsi komunikasi dalam paparan panjang satu bab yang pernah dituliskan dalam buku *Komunikasi Politik* yang diterbitkan Simbiosis Rekatama Media (2010).

Dalam persepsi penulis, orang berdiskusi, berceramah, berpidato, atau mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka, baik melalui media massa maupun tidak, sedang berkomunikasi. Ketika sekelompok orang atau kerumunan orang berdiskusi baik di televisi maupun dalam ruangan-ruangan rapat, bahkan di warung kopi sekalipun, itu pun dapat dipersepsi sedang berkomunikasi. Bahkan, orang terduduk diam atau berdiri mematung tanpa mengungkapkan sepatah kata pun sering dikategorikan sedang berkomunikasi, termasuk orang-orang yang membakar dupa di bawah pohon rindang pun berkomunikasi.

Komunikasi memang sudah menjadi istilah yang familiar dalam keseharian kehidupan manusia, bahkan dalam persepsi manusia, dalam kehidupan hewan pun terjadi komunikasi sebagaimana sejumlah hasil penelitian yang mengarahkan pada lahirnya komunikasi hewani. Hewan dapat berkembang biak karena berkomunikasi. Warna warni suara burung, monyet, kambing, dan binatang lainnya menunjukkan warna-warninya makna yang sedang dikomunikasikan. Setiap suara yang hewan keluarkan memiliki warna makna yang berbeda dengan warna suara lainnya.

Namun sejumlah ilmuwan berpandangan bahwa inti komunikasi adalah manusia. Ketika manusia ada, maka semua lini kehidupan manusia tersebut adalah komunikasi. Dalam konteks inilah manusia dianggap sebagai makhluk yang paling sempurna karena dapat melahirkan komunikasi; semua hal dapat dipersepsi sebagai komunikasi jika manusia mempersepsikan sebagai komunikasi, sehingga persepsi komunikasi ini selalu mengikuti aturan yang dibuat manusia.

Pola-pola komunikasi selalu mengikuti pola-pola keteraturan perilaku manusia, bukan pola-pola hukum alam. Hasil penelitian Cushman dan Pearce (1977) menegaskan bahwa individu di dalam membuat keputusan (berpelaku) sesuai dengan *rules* tertentu, baik yang bersifat personal maupun kelompok, dan tidak diatur/didasarkan pada hukum-hukum alam yang bersifat deterministik.

Menurut Ninna Syam (2002:15), keteraturan dalam komunikasi manusia merupakan fungsi dari lima faktor sebagai berikut :

1. Hukum alam, fisiologis (*faali*), biologi, psikologi, dan bahkan fisika memungkinkan munculnya tindakan atau gerakan tertentu. Gerakan-gerakan tertentu itu sangat dipengaruhi oleh hukum-hukum gerak atau tindakan yang bersifat fisikal dan neurologikal. Ini semua mempengaruhi semua perilaku manusia (P. Andersen, Garrison & J. Andersen, 1979).
2. *Rules* (norma-norma budaya) ada pada diri setiap orang, baik dalam sistem regional maupun sosial, meskipun tidak disadari. Manusia berperilaku sesuai dengan norma-norma ini karena setiap orang dalam konteks kebudayaannya berperilaku sama/serupa, dan ini seringkali tanpa disadari (P. Andersen, Lustig & J. Andersen, 1987).
3. Sifat-sifat pribadi (*personal traits*) merupakan predisposisi, pola-pola personal atau tindakan-tindakan yang bersifat habitual (kebiasaan) yang telah dan sedang berkembang pada diri individu. Ini sering kali tidak disadari, kecuali jika mereka mencapai tingkai kesadaran tertentu, maka pola-pola semacam itu dipandang sebagai bagian dari kepribadian. Orang menggambarkan dirinya dengan ribuan istilah sifat seperti kasih sayang, *nervous*, malu atau *talk-active* (senang ngobrol) (P. Andersen, 1987).
4. Pola-pola relasional (*relational patterns*) merupakan tindakan yang bisa diramalkan (terpola) pada situasi komunikasi kelompok kecil atau *dyads*. Mereka yang terlibat mungkin sadar atau mungkin tidak, senang atau tidak senang dengan

keteraturan ini, tetapi keteraturannya nampak mencolok (mudah diramalkan) (Cronea Pearce dan Snavelly, 1979).

5. Pilihan-pilihan yang disadari relatif dapat menggambarkan semua bentuk perilaku komunikasi ((P. Andersen, 1986). Bagaimanapun juga manusia dapat melakukan suatu pola perilaku yang sangat disadari seperti dalam membuat perencanaan, penyusunan strategi, taktik serta perilaku lainnya yang diarahkan untuk mencapai suatu sasaran.

Kaca mata keilmuan pun memandang istilah komunikasi sudah mengalami perluasan. Komunikasi sudah milik semua disiplin ilmu, tidak hanya Ilmu Sosial, tetapi ilmu-ilmu eksakta pun sudah lekat dengan istilah komunikasi. Kita sekarang mengenal komunikasi kesehatan, komunikasi fisika, komunikasi biologi, komunikasi matematika, dan komunikasi-komunikasi lainnya. Bahkan, Perspektif Pohon Komunikasi yang digambarkan Nina Winangsih Syam (2002) dalam *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi* memaparkan dengan jelas bahwa terjadi sinergitas di antara Ilmu Komunikasi dengan ilmu-ilmu lainnya, sehingga komunikasi disebut sebagai ilmu yang multidisipliner.

Kenyataan tersebut menjadi landasan yang kokoh bagi setiap ilmuwan untuk mempersepsikan definisi komunikasi sesuai dengan pendekatan masing-masing. Katrine Miller (2005) menyatakan bahwa konsep komunikasi sangat banyak dan berubah secara substantif sepanjang waktu. Sarah Trenholm (1991) menyatakan bahwa meskipun komunikasi dapat lintas negara, hal ini bukan berarti komunikasi tidak dapat dipahami. Kendati dalam konteks Etimologi Bahasa, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata bahasa Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam persepsi umum, kata *sama* yang dimaksud di sini adalah sama makna; sama persepsi, sehingga melahirkan kesamaan dalam memaknai sesuatu.

Kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk perbincangan, komunikasi terjadi jika di antara dua orang tersebut terjadi kesamaan makna mengenai hal yang diperbincangkan tersebut. Dalam konteks ini, Onong Uchjana Effendi (2001:9) mengistilahkannya sebagai tindakan yang komunikatif.

Oleh karena itu, sama merupakan ruhnya bagi komunikasi karena kesamaan persepsi akan melahirkan kesamaan makna dan hal itu merupakan landasan lahirnya komunikasi yang efektif. Banyak orang ramai-ramai belajar Bahasa Inggris merupakan fakta logis untuk

membangun komunikasi yang efektif dengan warga dunia dengan asumsi dasar sekitar 70% warga dunia menggunakan Bahasa Inggris sebagai alat utama berkomunikasi.

Indonesia pun yang merupakan negara penuh keberagaman, dari mulai berbeda suku bangsa, bahasa, adat istiadat, agama, ras, dan latar belakang budaya, diikat dengan berbagai kesamaan. Mulai dari merasa sama dari sisi aspek historis sebagai bangsa terjajah oleh Belanda dan berjuang untuk merebut kemerdekaan, sehingga dilahirkan kesamaan bahasa: Bahasa Indonesia, kesamaan bendera: Merah Putih, kesamaan lambang negara: Garuda Pancasila, kesamaan lagu kebangsaan: Indonesia Raya, dan kesamaan-samaan lainnya yang baik secara politis maupun ideologis untuk menguatkan dan mengikat perbedaan. Oleh karena itu, dikuatkan dalam jargon Bhika Tunggal Ika: Berbeda-beda tetapi satu tujuan sebagaimana kesepakatan bersama dalam aturan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai dasar konstitusional negara yang mengikat seluruh Bangsa Indonesia.

Kesamaan-kesamaan itulah yang membuat Indonesia tetap kokoh dan tangguh walaupun acapkali perbedaan mencuat ke permukaan sebagai sumber konflik, tetapi dapat dipadamkan karena kesamaan-kesamaan tersebut. Bahkan, Indonesia memiliki empat pilar kebangsaan yang terus dipupuk, dipelihara, dilestarikan, dan berusaha diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, yakni: Pancasila, UUD 1945, Bhika Tunggal Ika, dan NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia).

Sebaliknya, beda atau perbedaan seringkali diidentifikasi sebagai ancaman dalam membangun komunikasi yang efektif atau seringkali disebut sebagai kendala komunikasi (noise communication). Hal itu berangkat dari fakta dalam kehidupan sehari-hari manusia bahwa perbedaan acapkali menjadi sumber konflik, seperti halnya konflik Korea Utara-Korea Selatan yang tidak juga berkesudahan karena berbeda ideologi; atau antara India-Pakistan, termasuk di Indonesia seringkali konflik terjadi berlatar belakang isu agama, suku, ras, dan perbedaan lainnya.

Kendati Ulama Besar, Kiai Haji Abdullah Gymnastiar yang dikenal Aagim, sering menyebutkan bahwa perbedaan itu rahmat. Bahkan, ia menggambarkan bahwa musik itu indah terdengar karena berangkat dari perbedaan. Namun, musik menjadi indah karena berbeda dengan dibangun dalam harmonisasi yang dikomandoi oleh komposer. Dalam konteks inilah, perbedaan memang dapat menjadi indah jika diharmoniskan, sehingga melahirkan kajian manajemen konflik. Konflik

tidak selamanya berdampak negatif, tetapi seringkali berpengaruh positif jika dikelola dengan baik.

Namun, ada juga yang menggunakan istilah komunikasi sosial (*social communication*) atau komunikasi manusia (*human communication*) adalah ilmu yang mempelajari pernyataan antara manusia yang bersifat umum dengan menggunakan lambang-lambang (simbol) yang berarti.

Esensinya, menurut Santoso Santropoetro (1987:7) adalah kesamaan pengertian di antara mereka yang berkomunikasi. Suatu komunikasi dalam kegiatannya berlangsung melalui suatu proses, yaitu jalan dan urutan kegiatan sehingga terjadi/timbul pengertian tentang suatu hal di antara unsur-unsur yang saling berkomunikasi. Komunikasi adalah kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti tentang suatu pesan yang dihadapi bersama, yaitu antara pemberi pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan), pada umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi merupakan segala perubahan yang terjadi di pihak komunikan sebagai akibat diterimanya suatu pesan oleh komunikan.

Frank Dance dan Carl Larson (1976) mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Sekarang, dengan makin berkembangnya Ilmu Komunikasi dan makin banyaknya ilmuwan komunikasi, sangat dimungkinkan definisi komunikasi tersebut jauh lebih banyak.

Dance menemukan tiga dimensi konseptual penting yang mendasari definisi komunikasi sebagai berikut:

Pertama adalah tingkat observasi (*level of observation*) atau derajat keabstrakannya. Misalnya, definisi komunikasi sebagai "proses yang menghubungkan satu sama lain bagian-bagian terpisah dunia kehidupan" adalah terlalu umum, sementara komunikasi sebagai "alat untuk mengirim pesan militer, perintah dan sebagainya lewat telepon, telegraf, radio, kurir, dan sebagainya" terlalu sempit.

Kedua adalah kesengajaan (*intentionality*). Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja; sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini. Contoh definisi yang mensyaratkan kesengajaan ini dikemukakan Gerald R. Miller, yakni komunikasi sebagai suatu situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber menstranmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Definisi komunikasi yang mengabaikan kesengajaan adalah definisi yang dinyatakan Alex Gode, yakni suatu proses yang membuat sama bagi dua orang atau lebih apa yang tadinya merupakan monovoli seseorang atau sejumlah orang.

Ketiga adalah penilaian normatif. Sebagian definisi meskipun secara implisit menyertakan keberhasilan atau kecermatan; sebagian lainnya tidak seperti itu. Definisi Komunikasi dari John B. Hoben, misalnya, mengasumsikan bahwa komunikasi itu harus berhasil: Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan. Asumsi dibalik definisi tersebut adalah bahwa suatu pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan. Sebagian definisi lainnya tidak otomatis mensyaratkan keberhasilan ini, seperti definisi komunikasi dari Bernard Berelson dan Gary Steiner, komunikasi adalah transmisi informasi.

Carl I. Hovland menyatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of other individuals*). Sementara itu, menurut William Albigh (dalam Djoernasih,1991:16), "*Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals.*" (Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna di antara individu-individu) dan menurut Bernard Berelson dan Barry A. Stainer (dalam Effendy,1992:48), komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain.

Definisi komunikasi dari Berelson dan Steiner (1964) memfokuskan pada unsur penyampaian. Shannon dan Weaver (1949) juga menerima unsur penyampaian ini, akan tetapi mereka menambahkan unsur inheren lainnya pada waktu mereka mendefinisikan komunikasi, sebagai : mencakup semua prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lainnya. Seperti itu pula Shachter (1961) yang menulis bahwa komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan. Definisi semacam itu menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial di mana seseorang mempengaruhi atau berusaha mempengaruhi perilaku, keyakinan, sikap, dan seterusnya dari orang lain dalam suatu suasana sosial.

Gray dan Wise (1959) sependapat dengan konsepsi komunikasi menurut aliran *behaviorist* sebagai penyajian stimuli maupun sebagai suatu respon apakah itu yang sebenarnya ataupun yang dikhayalkannya sebagaimana ia timbul dalam kesadaran si pengambil inisiatif dari proses ini. Tanpa mendalami kelebihan dan kekurangan aliran *behaviorist*, orang dapat dengan secara aman mengasumsikan bahwa memandang komunikasi dalam pengertian fenomena stimuli-respon merefleksikan pengaruh secara garis besarnya saja dari skinner atau psikologi perilaku bersama semua revisi dan penyempurnaannya yang dilakukan orang pada tahun-tahun akhir ini.

Fotheringham (1966) menunjukkan bahwa tujuan komunikasi yang diterima secara meluas adalah ia harus benar-benar fragmatis, artinya : untuk menolong si penerima menangkap arti yang sama sebagaimana yang ada dalam pikiran si komunikator. Gode (1959) menerapkan suatu unsur yang sama, khususnya disebut kebersamaan arti, ia mendefinisikan komunikasi menjadi suatu proses yang membuat adanya kebersamaan bagi dua atau lebih orang yang semula dimonovoli oleh satu atau beberapa orang.

Menurut B. Aubrey Fisher (1986: 11) bahwa komunikasi dapat dipandang baik atau efektif sejauh ide, informasi, dan sebagainya dimiliki bersama oleh atau mempunyai kebersamaan arti bagi orang-orang yang terlibat dalam perilaku komunikasi tadi.

Dari banyaknya definisi komunikasi tersebut, untuk lebih memahami komunikasi para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma komunikasi yang dikemukakan Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Menurutnya, pendekatan yang tepat untuk memahami komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Dalam paradigm Lasswell tersebut dijelaskan bahwa dalam upaya memahami komunikasi harus dapat menjawab lima unsur dalam komunikasi, yakni : Komunikator (*communicator, sender, source*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*), dan efek (*effect, impact, influence*).

Berdasarkan lima unsur tersebut, persepsi tentang komunikasi menurut Lasswell adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu.

Memang secara umum, titik tekan pengertian komunikasi tidak dapat melepaskan diri dari model komunikasi klasik yang pernah diungkapkan Aristoteles bahwa inti dari komunikasi adalah adanya komunikator yang bertugas menyampaikan pesan, sehingga pesan juga harus ada sebagai muatan dalam komunikasi, dan adanya penerima pesan atau disebut komunikan. Adapun di antara komunikator, pesan, dan komunikan itu muncul istilah-istilah lain sangat bergantung dari pendekatan masing-masing ilmuwan termasuk tingkat khazanah berpikir para peminat ilmu komunikasi.

Dalam konteks Filsafat Ilmu, tadinya sejumlah ilmuwan berpandangan bahwa Ilmu Komunikasi merupakan bagian dari Ilmu Sosial, sehingga dalam konteks aplikatif di perguruan tinggi Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi berada pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (Fisip). Namun makin ke sini sejumlah ilmuwan

berpandangan bahwa Komunikasi merupakan ilmu yang mandiri; sejajar dengan Ilmu Sosial, sehingga dalam konteks aplikatif di perguruan tinggi lahirlah Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom). Bahkan, pada era kekinian sejumlah ilmuwan komunikasi sudah mulai bergeser pada paradigma bahwa Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang multidisipliner; ilmu yang berhubungan dan/atau dibangun oleh/dengan ilmu-ilmu lainnya dari seluruh ilmu yang ada. Hal itu dibuktikan dengan makin rindangnya cabang Ilmu Komunikasi yang lahir dari perpaduan antara Ilmu Komunikasi dengan ilmu lainnya.

C. Proses Komunikasi

Beranjak dari setumpuk definisi tentang komunikasi dengan berbagai perspektif dari para ilmuwan, secara umum banyak ilmuwan sepakat bahwa komunikasi itu merupakan sebuah proses penyampaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, perasaan, emosi, perilaku dan sebagainya.

Pesan dapat juga berbentuk verbal maupun non verbal dan dapat disengaja (*intentional*) dan tidak disengaja (*unintentional*). Ada empat jenis pesan yang mungkin ada dalam proses komunikasi: (1) verbal disengaja; (2) verbal tak disengaja; (3) nonverbal disengaja; (4) non nonverbal tak disengaja. Pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rancangan wicara (*communicative stimuli*) yang disadari masuk dalam kategori pesan verbal disengaja; yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Pesan nonverbal merupakan seluruh aspek perilaku: ekspresi wajah, sikap tubuh, nada suara, gerakan tangan, cara berpakaian dan sebagainya. Pesan tersebut meliputi semua pesan yang disampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata-kata yang kita gunakan. Perbedaan pesan nonverbal yang disengaja dan yang tidak disengaja adalah dalam aspek keinginan, jika pesan nonverbal yang ingin disampaikan berarti pesan nonverbal disengaja, sedangkan yang tidak ingin disampaikan dianggap tidak disengaja. (Tubbs,2000:8-9)

Onong Uchjana Effendy (2001:11) membagi proses komunikasi dalam dua sisi. Pertama, proses komunikasi secara primer dan kedua, proses komunikasi secara skunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Sementara itu, proses komunikasi secara skunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan

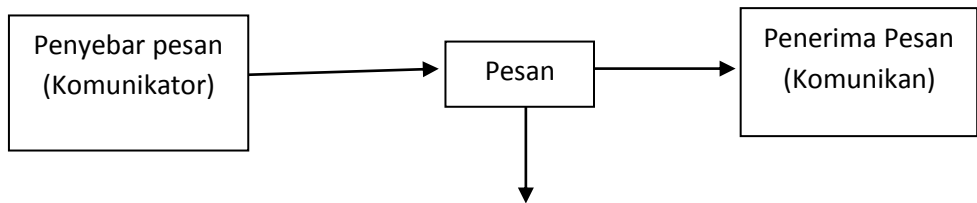
menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pendapat yang dikemukakan Effendy dapat diilustrasikan dalam konteks kehidupan sehari-hari. Seseorang berbicara dengan orang lain secara *face to face* di manapun tempatnya, mau di kampus, di warung kopi, di angkot bahkan di jalanan ketika bertemu teman lama, maka menurut Onong, mereka melakukan proses komunikasi primer. Namun, jika orang tersebut berbicara atau mengobrol menggunakan telepon atau hand phone, dan alat sejenisnya, mereka dikategorikan melakukan proses komunikasi skunder.

May Rudi (2005:2) mendefinisikan proses komunikasi adalah rangkaian kejadian/peristiwa atau perbuatan melakukan hubungan, kontak, dan interaksi satu sama lain (pada umumnya di antara makhluk hidup, walau lebih jauh dalam era *cyber technology* ini telah pula dimungkinkan komunikasi dengan komputer dan robot) berupa penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna.

Dalam proses komunikasi paling sedikit terdapat tiga unsur pokok, yaitu misi penyebar pesan, pesannya, dan si penerima pesan. Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif/berhasil bilamana di antara penyebar pesan dan penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai isi pesan. Isi pesan disampaikan oleh penyebar melalui lambang yang berarti. Lambang-lambang itu dapat dikatakan sebagai titian atau kendaraan untuk membawa pesan kepada si penerima. Lambang-lambang atau simbol-simbol yang digunakan antarmereka dapat terdiri atas: bahasa (baik lisan maupun tulisan), isyarat-isyarat, gambar-gambar, tanda-tanda, dan lain-lain.

Gambar 2.1
Proses Komunikasi 1

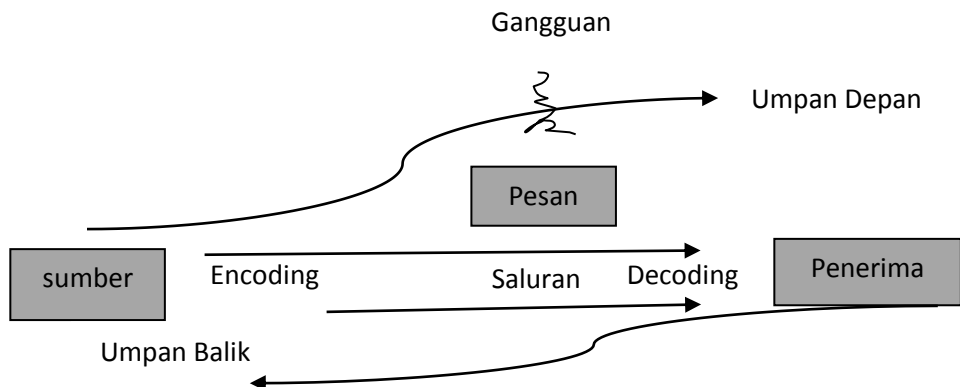


Sumber : Santoso Sastropetro, 1987: Misalnya tentang masalah kontroversial

Gambar 2.1 ini mengingatkan pada model komunikasi yang paling klasik yang dikemukakan Aristoteles yang sering juga disebut model retorik (*rhetorical model*). Aristoteles adalah Filosof Yunani yang menjadi tokoh paling dini mengkaji komunikasi yang memberikan titik tekan pada persepsi persuasi. Ia berjasa dalam merumuskan model verbal pertama. Menurutnya, komunikasi terjadi ketika seseorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Ia mengemukakan tiga unsur dalam proses komunikasi, yakni pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*). Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik yang kini lebih dikenal dengan komunikasi publik (*public speaking*).

Dan B. Cusrtis, James J. Floyd, dan Jerry L. Winsor (2004:7) menekankan beberapa komponen proses komunikasi, yakni sumber, pesan, penyandian, saluran, umpan depan, penguraian sandi, penerima, umpan balik, gangguan, dan konteks.

Gambar 2.2
Proses Komunikasi 2

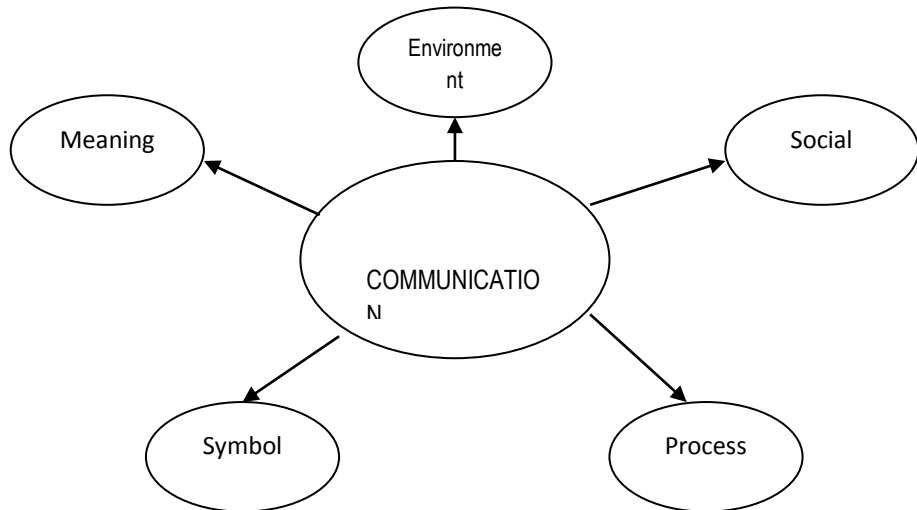


Sumber : Dan B.Curtis et.al,2004

Sumber (komunikator) adalah pemrakarsa suatu pesan. Penyandian atau penulisan sandi adalah suatu proses atau tindak penyeleksian simbol-simbol yang mewakili pikiran seseorang. Sebuah sumber memilih sandi verbal atau nonverbal, seperti Inggris-Amerika dan mengirimkan simbol-simbol melalui saluran-saluran (seperti gelombang suara dan rangsangan visual) yang akan dipahami oleh para penerima. Umpan depan adalah informasi pengantar mengenai komunikasi masa mendatang yang meliputi pesan-pesan verbal. Penguraian sandi adalah suatu proses pemberian arti terhadap simbol-simbol yang diterima. Penerima adalah orang-orang yang menerima simbol-simbol. Umpan balik adalah setiap pesan verbal atau nonverbal yang dikirimkan kembali kepada sumber yang berhubungan dengan pesan sumber. Gangguan adalah setiap faktor yang mengubah atau mencampuri penerimaan pesan yang jelas. Konteks meliputi kondisi fisik dan kondisi lain yang melingkupi tindakan komunikasi

Katrine Miller (2005) pun berpendapat bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial dimana individu menyampaikan simbol untuk menyeimbangkan dan menafsirkan makna dalam lingkungannya. Dalam konteks ini, terdapat lima kunci istilah dalam proses komunikasi, yakni sosial, proses, simbol, makna, dan lingkungan sebagaimana gambar berikut :

Gambar 2.3
Proses Komunikasi Sosial



Sumber Baldwin, 2004

Pertama diyakini bahwa komunikasi merupakan proses sosial. Pada saat ditafsirkan komunikasi sebagai proses sosial, hal itu melibatkan sejumlah orang dalam interaksi, minimalnya melibatkan dua orang, pengirim dan penerima (pesan). Hal ini tentu saja melibatkan intensitas, motivasi dan kemampuan. Komunikasi ini akan selalu berlangsung (tanpa awal) dan tanpa akhir sehingga komunikasi merupakan hal yang sifatnya kompleks, dinamis dan berubah secara kontinu.

Kedua, proses alami dari komunikasi dapat dilihat salah satunya dari awal hingga akhir percakapan. Dalam proses ini, individu dan budaya dapat mengubah efek komunikasi. Komunikasi sebagai proses berkaitan dengan sifat komunikasi yang tidak dapat diulang dan dikembalikan ke posisi sebelum komunikasi berlangsung. Dance (1967) menggambarkan proses komunikasi dalam bentuk spiral atau *helix*. Dance menyatakan bahwa pengalaman komunikasi merupakan akumulasi dan dipengaruhi oleh masa lalu sehingga proses komunikasi yang berlangsung tidak bersifat linier. Dengan demikian komunikasi merupakan proses yang berubah sepanjang waktu di antara partisipannya (pihak yang terlibat dalam proses komunikasi dimaksud).

Ketiga, komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu simbol. Simbol dimaksud merupakan label atau 'sesuatu' yang dapat mewakili

dan ditujukan pada suatu fenomena. Terdapat dua jenis simbol dalam proses komunikasi, yaitu (1) simbol konkret yang mewakili suatu obyek, dan (2) simbol abstrak yang mewakili suatu ide atau gagasan.

Keempat, hal yang mengaitkan antara proses dengan simbol adalah makna yang merupakan pusat dari pendefinisian komunikasi. Makna merupakan apa yang orang disarikan dari pesan.

Kelima, lingkungan merupakan situasi / konteks dimana komunikasi terjadi. Lingkungan dimaksud termasuk sejumlah elemen yang terdiri dari waktu, tempat, periode sejarah, hubungan dan latar belakang budaya antara pembicara dan pendengar.

Gerald Miller dan Mark Steinberg (1975) menafsirkan proses komunikasi sebagai berikut :

We have chosen to restrict our discussion of communication to intentional symbolic transactions: those in which at least one of the parties transmits a message to another with the intent of modifying the other's behavior... by our definition, intent to communicate and intent to influence are synonymous. If there is no intent, there is no message.

Meskipun demikian, hal tersebut dapat diperdebatkan, terutama terkait dengan adanya pesan yang disampaikan tanpa tujuan atau pesan yang disampaikan karena seseorang salah memberi makna terhadap sesuatu hal. Miller-Steinberg menyatakan bahwa yang disebut dengan komunikasi apabila pesan disampaikan secara sengaja (mempunyai tujuan) dan diterima secara akurat.

Palo Alto menyatakan bahwa ketika dua orang yang bersama-sama, mereka akan berkomunikasi karena tidak dapat menghindari dari berperilaku. Meskipun mereka saling diam dan menghindari kontak mata, pada hakikatnya mereka berkomunikasi. Lebih lanjut, mereka meyakini bahwa segala sesuatu yang dilakukan, termasuk pengabaian, berbicara yang membingungkan kepada orang lain pun juga merupakan komunikasi. Kenyataannya, Michael Motley (1990) memberikan alasan bahwa tidak semua perilaku merupakan komunikasi, hanya perilaku yang interaktif sajarah yang disebut sebagai komunikasi.

D. Fungsi Komunikasi

Tidak satu benda atau kata pun yang ada di dunia ini tidak berfungsi. Allah yang Maha Pemurah telah menciptakan seluruh isi bumi ini dengan fungsinya; untuk kemaslahatan umat. Namun, dalam kehidupan real selanjutnya, kadang manusia tidak memahami fungsi dari eksistensi suatu kata atau suatu benda tersebut.

Terlebih kata *komunikasi*, sebagaimana dipaparkan di atas, jika disimak secara saksama fungsi komunikasi itu sangat banyak, bahkan mungkin akan lebih dulu habis tinta, ketimbang dapat memaparkan fungsi komunikasi sampai selesai. Hal itu untuk menggambarkan betapa banyaknya fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia di dunia ini. Namun, demikian bukan berarti orang tak mampu menuliskannya. Banyak peminat komunikasi atau ilmuwan komunikasi yang sudah memaparkan persepsinya tentang fungsi komunikasi, tetapi mereka belum mampu memuaskan semua pihak. Masih memungkinkan muncul persepsi lain tentang fungsi komunikasi. Oleh karena itu, buku ini dipastikan tidak akan mampu memuaskan para peminat komunikasi dalam hal memaparkan fungsi komunikasi.

Deddy Mulyana (2001) dengan menggunakan kaca mata agama Islam membongkar hakikat fungsi manusia berkomunikasi. Menurutnya, Tuhanlah yang mengajari manusia berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia. Al-Qur'an mengatakan, *"Tuhan Yang Maha Pemurah yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia yang mengajarnya pandai berbicara."* (Ar-Rahman: 1-4).

"Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama benda seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para malaikat, lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama-nama benda itu jika kamu orang-orang yang benar!" Mereka menjawab, "Maha Suci Engkau tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang telah engkau ajarkan kepada kami, sesungguhnya Engkaulah yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana." Allah berfirman, "Hai Adam beritahukanlah kepada mereka nama benda-benda ini." Maka setelah diberitahukannya kepada mereka nama benda-benda itu Allah berfirman, "Bukankah sudah kukatakan kepadamu bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan yang kamu sembunyikan." (Al-Baqarah: 31-33)

Persepsi fungsi komunikasi sebagaimana diungkapkan Deddy Mulyana dengan mengutip ayat-ayat dalam Al-Qur'an memang tidak dapat disangkal dan menguatkan hakikat dari manusia berkomunikasi. Hakikat manusia berkomunikasi merupakan upaya menjalankan tugas sebagai khalifah di muka bumi ini. Tugas pokok manusia sebagai khalifah di muka bumi ini adalah menghambakan diri dan mengabdikan diri kepada Allah Swt dengan jalan beriman dan bertakwa kepada-Nya. Dalam konteks lain, dapat lebih ditegaskan bahwa manusia

berkomunikasi adalah menjalankan perintah Allah atau dalam istilah agama adalah beribadah. Manusia berkomunikasi adalah beribadah.

Hal itu sejalan dengan visi ke-Islaman yang memegang teguh filsafat komunikasi *hablum minannas* dan *hablum minallah* bahwa manusia harus menjalin komunikasi dengan sesama manusia dan dengan Sang Khaliq; Allah Swt. Oleh karena itu, lahirlah model komunikasi vertikal dan horizontal. Kedua model inilah yang menurunkan makin banyak cabang ilmu komunikasi. Komunikasi vertikal menurunkan lahirnya komunikasi transendental, supranatural, suprasegmental, dan komunikasi ritual. Sementara itu, komunikasi horizontal melahirkan komunikasi intrapersonal, antar-persona, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan jenis komunikasi lainnya yang berkaitan dengan menjalin hubungan antara manusia dengan manusia lainnya baik secara individual maupun kelompok, baik komunikasi bermedia atau pun komunikasi langsung.

Pakar komunikasi Barat yang banyak dijadikan rujukan oleh para ilmuwan komunikasi di Indonesia, Harold D. Laswell (1948) memaparkan tentang fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Penjagaan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*);
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*); dan
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of social heritage*).

Menurutnya, ada tiga kelompok yang selama ini melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Fungsi pertama dijalankan oleh para diplomat, atase, dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan. Fungsi kedua, lebih diperankan oleh para editor, wartawan, dan juru bicara sebagai penghubung respon internal. Fungsi ketiga, dilaksanakan oleh para pendidik dalam lingkungan pendidikan formal atau informal karena terlibat dalam mewariskan adat kebiasaan, nilai-nilai dari generasi ke generasi.

William I. Gorden (1978) mengungkapkan empat kerangka fungsi komunikasi. Pertama komunikasi sosial. Dengan komunikasi manusia dapat berhubungan sosial dengan sesama manusia lainnya dalam upaya memupuk silaturahmi, membangun aktualisasi diri, menanamkan citra diri, dan bekerjasama dalam berbagai bentuk kehidupan guna mempertahankan keberlangsungan hidup.

Kedua komunikasi ekspresif. Fungsi komunikasi ini berkait erat dengan komunikasi sosial. Dalam kehidupannya memupuk komunikasi

sosial, manusia memiliki keinginan untuk mengungkapkan berbagai perasaan dirinya terhadap pihak lain baik sebagai individu maupun kelompok. Berbagai perasaan manusia, seperti sayang, rindu, cinta, benci, peduli, simpati, sedih, takut, marah, dan berbagai gejala perasaan lainnya diungkapkan kepada manusia lain melalui berbagai bentuk pesan-pesan, baik verbal maupun non-verbal.

Ketiga komunikasi ritual. Manusia hidup tidak dapat melepaskan diri dari sistem kehidupan yang sudah dibentuk sebelumnya. Prosedur-prosedur kehidupan yang nyaris sebagian sudah melekat menjadi sebuah keyakinan dan keharusan dilakukan oleh manusia dalam menjalani fase-fase kehidupan. Pengungkapan berbagai perasaan sebagaimana komunikasi ekspresif dalam konteks memenuhi prosedur sistem kehidupan yang sudah diyakini, seperti pelaksanaan upacara kelahiran, ulang tahun, pernikahan, sampai pada upacara kematian merupakan bagian dari fungsi komunikasi ritual

Keempat komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental lebih pada fungsi komunikasi untuk melakukan tindakan persuasif, yakni untuk membujuk orang atau pihak lain dengan berbagai penguatan informasi yang diberikan. Komunikasi ini bertujuan di antaranya menginformasikan, mengajarkan, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta perilaku atau menggerakkan tindakan dan menghibur orang atau pihak lain.

Sementara itu, menurut Thomas M. Scheidel (1976) bahwa manusia berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar manusia, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang diinginkan. Menurut Scheidel, tujuan dasar manusia berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi.

Gordon I. Zimmerman et.al. (1977) merumuskan bahwa manusia dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan manusia; untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, manusia berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi, komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan manusia dengan manusia lain.

Rudolph F. Verderber (1978) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan

kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan dan tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, seperti: apa yang akan dimakan pagi hari, apakah akan kuliah atau tidak, bagaimana belajar untuk menghadapi test. Menurut Verderber, sebagian keputusan itu dibuat sendiri dan sebagian lagi dibuat setelah berkonsultasi dengan orang lain. Sebagian keputusan bersifat emosional, dan sebagian lagi melalui pertimbangan yang matang. Semakin penting keputusan yang akan dibuat, semakin hati-hati tahapan yang dilalui untuk membuat keputusan. Verderber menambahkan, kecuali bila keputusan itu bersifat reaksi emosional, keputusan itu biasanya melibatkan pemrosesan informasi, berbagai informasi dan dalam banyak kasus, persuasi karena manusia tidak hanya perlu memroses data, tetapi sering juga untuk memperoleh dukungan atas keputusannya.

Charles R. Wright (1988) menambahkan satu fungsi komunikasi, yaitu entertainment (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengundahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya.

Sebenarnya cukup banyak pendapat para pakar komunikasi yang dapat dikutip yang memaparkan tentang fungsi komunikasi. Namun, kalau disimak bahwa keseluruhan pendapat tersebut kembali kepada hakikat fungsi komunikasi yakni membangun hubungan vertikal dan horizontal. Kendati jika ditakar, lebih banyak para pakar yang menitikberatkan komunikasi horizontal saja, yakni mengungkap hubungan manusia dengan manusia lainnya. ***

BAB III

KOMUNIKASI MASSA

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Komunikasi Massa, baik dari sisi definisi, jenis, bentuk, fungsi, maupun teori sebagai bagian cabang dari Ilmu Komunikasi dan kaitannya dengan Media Massa, Pers, dan Jurnalistik.

B. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, siaran televisi, dan media sosial atau dunia maya dengan teknologi internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada khalayak yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Bittner (1980) mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai berikut: "*Mass communication is message communicated through a mass medium to large number of people.* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). "

Gerbner (1967) menulis definisi komunikasi massa adalah *mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies.* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Wright (1986) memberikan definisi komunikasi massa sebagai berikut:

The new form can be distinguished from older types by following mayor characteristic it is directed toward relatively large, heterogeneous and anonymous audiences, message are transmitted publicly often-times to reach most audience member simultaneously, and are transient in

character; the communicator tends to be or to operate within a complex organization that may involve great expense.

Littlejohn (1996:324) memberikan definisi komunikasi massa adalah *mass communication is the process whereby media organization produce and transmit messages to large publics and the process by which those messages are sought, used, understood, and influenced by audiences.*

Joseph Devito (1978) dalam *Communicology: An introduction to the study of communication* mendefinisikan,

First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or every one who reads or every one who watches television ; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazine, films, books and tapes.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan pada sejumlah besar khalayak yang heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik secara serentak, terbuka dan sekilas; Bahkan pada era kekinian, media massa bertambah dengan munculnya media sosial dengan berbagai ragam jenisnya, seperti facebook, website, twitter, line, youtube dan sebagainya.

C. Efek Media Massa

Aktivitas dalam komunikasi massa merupakan aktivitas sosial yang berlaku pada kehidupan masyarakat secara umum. Salah satu aktivitas pokok dalam komunikasi massa adalah sebagai transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya. Transmisi warisan sosial (*social heritage*) berfokus pada komunikasi pengetahuan, nilai-nilai dan norma-norma sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota-anggota suatu kelompok kepada anggota kelompok yang baru atau pendatang baru (Susanto,1974).

Salah satu bentuk dari aktivitas transmisi warisan sosial yakni proses penerusan nilai-nilai dan norma-norma politik yang berlaku dari satu generasi ke generasi lain. Dalam proses penyebaran dan penerusan nilai-nilai dan perilaku politik itu, media massa memegang peranan yang sangat penting. (Susanto,1976:163). Sebab media massa, dalam proses aktivitas komunikasi massa, dapat menyebarkan informasi, pengetahuan, bahkan dapat membentuk opini publik. Keadaan tersebut akan dapat mempengaruhi sikap dan tingkah laku politik pada masyarakat. Dengan demikian, peranan komunikasi massa (media massa) memiliki andil yang cukup signifikan terhadap sikap dan tingkah laku berpolitik pada suatu masyarakat.

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dapat dibagi dalam tiga kategori, yakni media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, media massa elektronik seperti radio, televisi, dan media social yang menggunakan internet (*media online*). Setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing.

Karakteristik yang paling menonjol dari eksistensi media massa adalah efek pesan yang disampaikan kepada komunikan (massa). Karena berbagai kelebihan karakternya, televisi dianggap paling besar memberikan pengaruh terhadap komunikan jika dibanding dengan media massa lainnya. Dari beragam media massa (surat kabar, majalah, radio, televisi), tidak dapat disangkal, televisilah yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga “datang langsung” ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca).

Televisi tidak mengenal pembatas daratan dan lautan, gunung-gunung, dan lembah-lembah. Bahkan, batasan negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran dari

negara lain. Apalagi jika dilengkapi dengan teknologi yang lebih muktahir, semua siaran televisi dunia dapat disaksikan di rumah.

Karena kemampuan daya sebar dan daya pikat itulah, pada era ini, khalayak (masyarakat) lebih besar perhatiannya terhadap televisi, ketimbang media massa lainnya. Bahkan dari sisi usia khalayak, televisi dapat menyerap perhatian semua segmen pasar. Mulai anak-anak, remaja, dewasa, sampai pada orang tua dapat menyaksikan semua acara televisi dengan tidak perlu memiliki kemampuan khusus, seperti halnya kehadiran media cetak yang memerlukan kemampuan membaca.

Namun, bukan berarti media massa lain selain televisi tidak berpengaruh terhadap komunikasi. Semua media massa, baik besar maupun kecil memiliki efek terhadap komunikan. Efek media massa terhadap komunikan/audien terdiri dari efek kognitif, efek afektif/emosional, dan efek konatif/behavioral. Ketiga komponen inilah yang nantinya membentuk suatu sistem yang disebut sikap komunikan (*mass behavior*).

1. Efek Kognitif

Penggunaan media massa untuk informasi mengenai urusan publik akan mengarah pada peningkatan pengetahuan mengenai urusan publik, kandidat dan isu-isu aktual bagi audien. Hal ini sebagaimana dibuktikan Chaffe, Ward dan Tipton dalam penelitiannya terhadap siswa sekolah menengah dan sekolah tinggi selama kampanye presiden tahun 1968. Sementara itu, Atkin dan Gantz membuktikan bahwa terhadap hubungan sebab akibat di antara anak-anak berkaitan dengan perhatian terhadap berita televisi dengan peningkatan pengetahuan mengenai urusan publik dan peristiwa-peristiwa baru. Selanjutnya, Chaffe (1975) menjelaskan bahwa pengetahuan politik sangat kuat hubungannya dengan tingkat penggunaan yang berat pada media cetak.

2. Efek Emosional

Para peneliti komunikasi politik sepakat bahwa media massa mempunyai efek pada pencapaian emosi individu terhadap sistem politik. Beberapa studi melaporkan bahwa terhadap hubungan positif antara penggunaan media massa dan afeksi politik. Hal ini dapat dilihat

dalam penelitian Mc. Leod, Becker dan Brown bahwa pemilih muda yang secara relatif sering menggunakan surat kabar dan televisi untuk informasi urusan publik, meningkatkan perasaan efikasi politiknya selama mendengarkan siaran Watergate, sedangkan responden lain yang tidak menggunakan kedua media massa tersebut, efikasi politiknya menurun. Sementara itu, Chaffe menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara penggunaan media dalam menguatkan identifikasi partai atau keyakinan terhadap sistem politik dalam sample total. Akan tetapi peningkatan efikasi politik secara moderat berhubungan dengan penggunaan media elektronik pada sample sekolah menengah.

3. Efek Konatif /Perilaku

Beberapa penelitian mengenai efek media massa pada perilaku politik lebih banyak dipusatkan pada periode kampanye pemilihan. Namun, bukan tidak ada efek perilaku politik di luar waktu pemilu. Kecenderungan para peneliti media massa pada periode pemilu karena sangat dimungkinkan kesempatan untuk aktivitas politik (misalnya aktif kampanye, voting) sangat besar selama masa kampanye. Sebagaimana dalam afeksi politik, bukti yang berkaitan dengan afek penggunaan media massa pada perilaku politik sangat beragam, misalnya, beberapa penelitian melaporkan bahwa penggunaan media mengarah pada peningkatan aktivitas politik. Penelitian lain melaporkan bahwa penggunaan media tertentu mengarah pada berkurangnya aktivitas politik, sedangkan yang lain lagi melaporkan tidak ada hubungan. (Tan, 1981:277-279)

Steven M. Chaffee dalam Rakhmat (1999: 218) berpendapat bahwa jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa adalah perubahan perasaan atau sikap dan perubahan tingkat laku, atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Jadi, efek pesan media massa meliputi efek kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau

nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

Menurut Melvin L. De Fleur dan Sandra Ballrokeock bahwa kesan kognitif pembentukan sikap sangat tergantung kepada bahan pemberitaan media yang mengikuti perkembangan dunia mereka. Berbeda dengan Wilbur Schramm (1974), ia menganggap bahwa khlayak itu pasif, sehingga dapat diberondongi dengan pesan bertubi-tubi (Liliweri, 1994: 101).

D. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa bersifat umum. Pengertian umum dapat ditelusuri dalam komponen-komponen komunikasi dasarnya, seperti, komunikator, pesan, dan komunikan.

Komunikator pada komunikasi massa adalah *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, seperti, kyai, pendeta, pastor, atau dalang yang bertindak secara individual yaitu atas nama dirinya sendiri, sehingga mempunyai lebih banyak kebebasan. Kendati pada era teknologi informasi dengan menggunakan akses internet yang disebut sebagai media sosial, komunikator individual pun bisa terjadi, misalnya, melalui web site, facebook, twitter atau blog.

Pesan-pesan pada komunikasi massa ditujukan kepada umum. Pesan menjelajah pada massa yang relatif banyak jumlahnya dan menyentuh kepada kepentingan umum. Jadi, tidak ditujukan kepada orang atau sekelompok orang tertentu. Inilah yang membedakan media massa dengan media nir massa. Nir massa ditujukan kepada orang atau sekelompok orang tertentu. Walaupun faktanya, dalam konteks tertentu media massa pun seringkali menyekat diri agar komunikasinya khusus pada segmen tertentu, misalnya, sebuah surat kabar atau majalah seringkali menetapkan diri sebagai media anak-anak, remaja, atau dewasa. Bahkan televisi pun menyekat konten isi siaran dengan klasifikasi usia, gender, dan lainnya. Terlebih lagi bagi media sosial, jalinan komunikasi tidak hanya dapat menyekat pada khlayak kelompok tertentu, juga ada wilayah-wilayah komunikasi secara privat, mulai dari

bentuk komunikasi interpersonal (*face to face*: hanya dua orang), tiga orang, atau jumlah tertentu, sehingga muncul *group communication*.

Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi yang dijalin meliputi penduduk yang bertempat tinggal berbeda, kondisi yang berbeda, budaya beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis, dan sebagainya. Namun, terdapat paradok heterogenitas komunikasi dalam komunikasi massa, yaitu pengelompokan komunikasi pada minat yang sama terhadap media massa, khususnya terhadap isi pesan media, termasuk juga pengelompokan dalam kepentingan konten yang sama.

Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, yaitu keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator. Masing-masing penduduk bertempat tinggal berbeda atau terpisah satu sama lain. Dalam keserempakan, terdapat dua aspek penting, yaitu, 1) kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi antar-persona dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan, dan 2) keseragaman seleksi dan interpretasi pesan.

Ardianto dkk (2007) “membandingkan” karakteristik antara surat kabar, majalah, radio, dan televisi sebagai media massa utama sebagai berikut :

Tabel 3.1
Perbandingan Karakteristik Media Massa

Surat Kabar	Majalah	Radio Siaran	Televisi
Publisitas: Pesan tersebar pada khalayak tersebar	<i>Depth Writing</i> : Pengajian lebih mendalam	Auditori: pesan komunikasi melalui pendengaran	Audiovisual: Acaranya dapat didengar sekaligus dilihat
Perodesitas: Keteraturan terbit (harian, mingguan, bulanan)	Aktualitas: Nilai aktualitasnya lebih lama daripada surat kabar	Radio is the Now: Informasi sangat actual Ketimbang media massa lain	<i>Think in picture</i> : Berpikir dalam Gambar; keselarasan pikiran dengan gambar yang disampaikan
Universalitas: Isinya beranekaragam dan dari seluruh dunia	Gambar/foto lebih banyak dari surat kabar	Imajinatif: mengajak komunikasi berimajinatif	Pengoperasian Lebih Kompleks: sistem penyelenggaraan

		(mengkhayalkan)	memerlukan banyak orang dan <i>higt technology</i> .
Aktualitas: Masih hangat, terkini, baru (konteks berita)	Cover menjadi daya tarik utama	Akrab: terjalin hubungan "intim" dengan pendengar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana sangat pribadi	
Terdokumentasikan: Dapat didokumentasikan/diarsipkan dalam bentuk kliping		<i>Convensatuoinal Style</i> : informasi disampaikan dengan gaya percakapan	
		Menjaga Mobilitas: Mendengarkan informasi radio tidak mengganggu aktivitas	

E. Kode Etik Media Massa

Dalam menjalankan fungsinya, media massa harus menaati berbagai ketentuan yang berlaku dalam lingkungan tempat media massa itu hidup, baik ketentuan yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Ketentuan-ketentuan itulah yang dapat dikategorikan etika media massa atau dalam istilah Ardianto dkk (2007) etika komunikasi massa. Etika media massa adalah kewajiban-kewajiban yang harus ditaati oleh media massa yang menjadi takaran penilai baik-buruknya media massa itu.

Sobur (2001) yang "sepakat" dengan Ardianto dkk (2007) memandang bahwa etika media massa atau etika komunikasi massa sama dengan etika pers. Oleh karena itu, mereka mendefinisikan etika media massa adalah filsafat moral yang berkenaan dengan kewajiban-kewajiban pers dan tentang penilaian tentang pers yang baik dan pers yang buruk atau pers yang benar dan pers yang salah. Etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Etika pers mempermasalahkan bagaimana seharusnya pers

itu dilaksanakan agar dapat memenuhi fungsinya dengan baik. Ditegaskan Sobur (2001), etika pers adalah kesadaran moral, yakni pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat, bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers.

Lahirnya persepsi yang menyamakan antara etika pers dengan etika media massa atau etika komunikasi massa memang dapat dipahami karena di antara ketiga istilah tersebut bersentuhan erat. Bahkan, sejumlah ilmuwan ada juga yang menyamakan antara pers dengan media massa, walaupun dalam konteks lain ada juga yang membedakan. Sebagaimana pemahaman yang telah dikemukakan, pers adalah lembaga tempat berhimpunnya kegiatan jurnalistik yang dijalankan oleh para wartawan yang menghasilkan media massa. Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan media massa. Hal itu mengandung arti bahwa antara pers, media massa, dan komunikasi massa berbeda. Namun, ketika muncul “etika” yang di dalamnya berbicara tentang “aturan”, dapat saja aturan itu menjadi bagian yang secara langsung atau tidak langsung mengikat baik terhadap pers, media massa, maupun komunikasi massa. Karena dalam konteks perbedaan tersebut menunjukkan antara pers, media massa, dan komunikasi massa adalah rangkaian proses yang menunjukkan kesinambungan. Pers adalah lembaganya, komunikasi massa prosesnya, dan media massa adalah hasilnya. Oleh karena itu, ketika terdapat etika yang berisi aturan-aturan yang harus ditaati, maka baik pers, komunikasi massa, maupun media massa akan merupakan bagian yang ikut terikat oleh aturan tersebut. Namun, untuk memudahkan pemahaman, dalam buku ini penulis mengistilahkan etika media massa.

Media massa memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media massa yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat. Apalagi dalam konteks realitas, media massa tidak hanya berhubungan dengan orang per orang. Media massa berkaitan dengan penyampaian pesan/informasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media massa tidak beretika atau berperilaku buruk, salah, atau tidak tepat yang menjadi korban juga

adalah khalayak; banyak orang. Dampak negatif media massa yang tidak beretika akan mempengaruhi khalayak ramai.

Dampak dari perilaku media massa yang tidak beretika, misalnya, berisi atau menyiarkan pornografi/pornoaksi, sadism, menghina suku, agama, ras, antar-golongan, memfitnah, dan tindakan buruk lainnya akan dirasakan oleh banyak orang. Jika isi media massa tersebut berpengaruh pada kognitif, afektif, dan konatif, maka orang yang akan ber-kognitif, afektif, dan konatif buruk akan banyak; tidak satu dua orang. Bahkan, jika respon yang dihasilkan pun tidak respon satu dua orang, tetapi respon serempak dari khalayak. Mereka bisa berunjuk rasa, berdemo, bahkan bertindak anarkis jika tidak berkenan dengan isi media massa. Oleh karena itu, sangat penting media massa memiliki etika dan taat pada etika tersebut.

Karena media massa berkait erat dengan pers, ketika berbicara ketentuan-ketentuan, kewajiban-kewajiban, dan hal-hal lain yang harus ditaati dapat dimaknai bahwa media massa memiliki tanggung jawab untuk taat pada etika tersebut. Hal itu selaras dengan sistem pers bertanggung jawab sosial (*social responsibility*). Dalam sistem ini, pers diberikan kebebasan, tetapi tidak boleh melanggar aturan-aturan yang sudah dibuat dan “disepakati”, jika melanggar, maka pers harus siap mempertanggungjawabkannya.

Dalam konteks sikap dan konsepsi media, sistem pers bertanggung jawab sosial sejalan dengan Laporan Komisi Kebebasan Pers Tahun 1947. Sistem pers tanggung jawab sosial dijadikan rujukan oleh Komisi ini untuk melakukan serangkaian penelitian yang dibiayai Time Inc. dan Encyclopedia Britannica inc. Komisi ini membuat laporan berjudul *Freedom of the Press: A Framework of Principle* yang ditulis William T. Hocking (anggota komisi). Dalam laporannya tersebut, Komisi mengajukan lima syarat yang dituntut masyarakat modern dari pers sebagai berikut:

Pertama, media massa harus menyuguhkan informasi yang benar, tidak bohong, akurat, dan cerdas. Media massa sudah komit memiliki isi tiga hal: berita, opini, dan iklan. Kejujuran media massa di

antaranya harus menempatkan informasi sesuai dengan ketiga hal tersebut. Jika *news* (berita) pasti harus berlandaskan fakta yang nyata, bukan rekayasa, apalagi imajinatif. Jika opini, maka sajikanlah pendapat, ide, gagasan yang cerdas dan dapat memberikan pendidikan terhadap khalayak. Jika iklan, maka sajikanlah iklan dengan proporsional dengan bentuk-bentuk yang sudah disepakati bersama, misalnya, iklan baris, iklan kolom, pariwara atau advetorial.

Kedua, media massa harus berperan sebagai wahana pertukaran pendapat, komentar, dan titik yang cerdas dan membangun. Hal ini menguatkan fungsi media massa sebagai alat pendidikan terhadap khalayak. Kendati media massa tidak menyiarkan acara pendidikan yang menyuratkan langsung substansi pendidikan, tetapi setiap isi media, terutama dalam bentuk opini harus bernuansa mendidik, sehingga khalayak ikut cerdas memikirkan persoalan yang sedang menjadi bahan perbincangan di media massa.

Ketiga, media massa harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. Media massa yang baik adalah media massa yang paham terhadap lingkungan tempat media massa itu hidup. Lingkungan dalam konteks ini yang paling utama adalah lingkungan masyarakat. Media massa adalah bagi penting dan strategis dalam masyarakat, sehingga media massa harus dapat menyelami keinginan masyarakat sehingga isi media di antaranya lebih kuat pada upaya untuk menyampaikan aspirasi masyarakat sekitarnya.

Keempat, media massa harus selalu menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Point ini merupakan kelanjutan dari point ketiga. Setelah media massa memahami kondisi masyarakat, maka yang lebih konprehensif media pun dapat ikut serta mempertahankan, melestarikan, dan menularkan nilai-nilai yang ada pada masyarakat. Segala hal isi media massa, terutama *news* dan *opinion* harus dapat diselaraskan dengan nilai-nilai yang ada pada masyarakat. Dengan hal seperti itu, media massa bertindak juga sebagai pencerah atau pendidik dalam masyarakat.

Kelima, media massa harus membuka akses penuh ke berbagai sumber informasi. Sejalan dengan perkembangan globalisasi, sekarang ini informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, terlebih bagi manusia “modern”. Oleh karena itu, media harus mengambil bagian dari memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk dapat mengakses informasi sebesar-besarnya.

F. Bentuk-Bentuk Media Massa

Sebagaimana disampaikan di muka, media massa sekarang ini lahir dengan berbagai bentuk yang beragam. Walaupun secara umum media massa berdasarkan bentuknya dibagi tiga, yakni media cetak, media elektronik, dan media sosial, tetapi dari ketiga bentuk media massa ini melahirkan bermacam-macam bentuk lainnya. Bentuk ril media cetak di antaranya surat kabar, majalah, bulletin, dan sejenisnya; Bentuk media elektronik di antaranya radio dan televisi, sedangkan bentuk media sosial di antaranya web site, youtube, facebook, twitter, dan lain-lain. Dalam buku ini akan diulas beberapa contoh saja, baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial.

1. Media Cetak

Media cetak adalah media yang proses pembuatannya melalui percetakan, seperti, surat kabar, majalah, bulletin, dan sejenisnya. Surat kabar yang sering lekat juga disebut Koran adalah salah satu media cetak utama. Koran dari Bahasa Belanda: *Krant*, dari Bahasa Perancis *courant* adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas Koran. Koran berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik, bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca dan lain-lain.

Di kalangan pemerhati media massa, terdapat persepsi yang berbeda tentang surat kabar yang berkembang dalam khasanah ilmu komunikasi. Satu persepsi menyamakan konteks surat kabar dengan penamaan pers: Pers dianggap singkatan persuratkabaran. Namun, persepsi lain menyebutkan bahwa surat kabar adalah bagian dari pers. Persepsi pertama muncul dengan dasar pemikiran bahwa istilah pers dikhususkan hanya untuk media yang tercetak. Dalam konteks ini, media cetak yang sangat dominan dalam kehidupan komunikasi adalah surat

kabar, selain media massa lain yang posisinya tidak menonjol. Oleh karena itu, pers sering disejajarkan dengan makna surat kabar.

Persepsi kedua, menggunakan dasar pemikiran bahwa istilah pers tidak hanya untuk media cetak, tetapi media elektronik. Oleh karena itu, radio, televisi, internet, dan sejenisnya pun sering menamakan dirinya pers. Hal itu lebih ditegaskan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers yang menyatakan bahwa Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, serta data dan grafik maupun media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Pengertian surat kabar secara tegas dikemukakan Effendy (1989:187), yakni pers dalam arti sempit. Untuk pers dalam arti luas, yakni termasuk media massa elektronik. Media massa cetak (surat kabar) dan media massa elektronik memiliki perbedaan ciri yang khas. Media massa cetak (surat kabar) memiliki ciri sebagai berikut: 1) pesan-pesannya dapat diulang, dapat dipelajari dan disimpan untuk dibaca pada setiap kesempatan; dan 2) pesan-pesan persuasif pada media massa cetak lebih banyak ditujukan kepada pikiran. Ciri khas yang dimiliki media massa elektronik adalah pesan-pesan persuasif lebih banyak ditujukan kepada perasaan.

Pers dalam arti media cetak (*printed mass media*). Ditegaskan dengan istilah cetak karena ada sejumlah ahli yang memasukan media massa elektronik (*electronic mass media*), seperti radio dan televisi-ke dalam pers, bahkan sekarang ini masuk juga media sosial. Pers adalah sarana untuk menyiarkan produk jurnalistik. Pada zaman modern sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lainnya untuk isi surat kabar atau majalah. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu serta melakukan kontrol sosial. Bahkan selain itu, media massa pun memiliki fungsi ekonomi, historis, dan pewarisan budaya.

Di Indonesia, pengertian pers ditegaskan dalam Undang-Undang No. 11 tahun 1966 tentang ketentuan-ketentuan pokok pers dan Undang-Undang No. 21 tahun 1982 tentang perubahan atas Undang-Undang tahun 1966. Kemudian disempurnakan lagi dengan lahirnya Undang-Undang No.40 tahun 1999.

Dalam undang-undang tersebut dikatakan bahwa pers adalah lembaga kemasyarakatan, alat perjuangan nasional yang hanya sebagai salah satu media komunikasi massa, yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil atau alat-alat teknik lainnya.

Sejarah mencatat keberadaan surat kabar sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. Prototipe pertama surat kabar diterbitkan di Bremen Jerman pada tahun 1609. Pada tahun yang sama, surat kabar yang sangat sederhana terbit di Strasborg. Bentuk surat kabar yang sesungguhnya terbit pada tahun 1602 di Frankfurt, Berlin, Humberg, Vienna, Amsterdam, dan Antwerp (Hiebert, Ungu-raït, Bohn, 1975: 206).

Di Inggris, surat kabar pertama yang masih sederhana terbit pada tahun 1621. Sementara itu, yang dianggap benar-benar surat kabar terbit secara teratur ialah *Oxford Gazette* yang terbit di Oxford pada tahun 1665. Beberapa bulan kemudian ketika pemerintahan pindah ke London, surat kabar tersebut berubah namanya menjadi *London Gazette*. Surat kabar harian yang pertama terbit adalah *Daily Courant*.

Di Amerika, Surat kabar harian pertama adalah *Pennsylvania Evening Post* dan *Daily Advertiser* yang terbit pada tahun 1783. Sampai tahun 1830-an, surat kabar relative mahal harganya dan hanya dibaca oleh golongan elit, serta para politikus.

Perkembangan teknologi percetakan telah mengakibatkan proses pencetakan semakin cepat, sehingga surat kabar semakin memasyarakat karena harganya murah. Surat kabar *New York Sun* yang diterbitkan oleh Benjamin Day pada tahun 1833 harganya hanya enam send dan mudah

didapat dari penjaja pinggir jalan. Surat kabar *New York Sun* menandai era surat kabar sebagai media massa, dan karena murah nya harga surat kabar pada era itu disebut *The Penny Press*. Beberapa tahun kemudian bermunculan surat kabar lainnya, seperti *New York Herald*, *New York Tribune* dan *New York Times*.

Pada akhir abad ke 19, surat kabar di Amerika mengalami kejayaan karena surat kabar melakukan promosi yang sangat agresif, terlebih saat Joseph Pulitzer menerbitkan *St Louis Post-Dispatch*, dan membeli *New York Word* pada tahun 1883. Pada saat dibeli Pulitzer, *New York Word* hanya mencetak 20.000 ekslembar, tetapi pada tahun 1892 pembacanya berjumlah 374.000 orang. Kejayaan ini dikenal sebagai masa *Newspaper Barons*. Pulitzer juga yang telah memprakarsai dimuatnya cerita komik secara rutin pada surat kabar minggu. Setelah Pulitzer meninggal namanya digunakan untuk penghargaan bagi karya jurnalistik tingka dunia.

Surat kabar di Amerika pada akhir abad ke 19 menjadi bisnis besar karena sirkulasinya semakin besar dan banyak persaingan antarpenerbit surat kabar. Masing-masing surat kabar ingin menarik perhatian pembacanya. Berbagai cara dilakukan, di antaranya dengan menulis *headline* dengan huruf besar dan tebal, serta berita sensasional. Surat kabar tersebut disebut *yellow paper* (surat kabar kuning), dan kegiatannya disebut *yellow journalism*. Menurut Frank Luttner Mott, *yellow journalism* adalah suatu pemberitaan yang didasarkan pada sensasi, kriminal, skandal, gosip, perceraian, seks, bencana dan olah raga

Tahun 1919 terbit surat kabar *New York Daily News* uang ukurannya lebih kecil, banyak menggunakan foto terutama pada halaman pertama, dan menampilkan satu atau dua *headline*, serta menekankan unsur seks dan sensasi. Perwujudan tabloid semacam ini disebut sebagai *jazz journalism*.

Eksistensi surat kabar di Indonesia melalui enam periode, yakni masa penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan, zaman orde lama dan serta orde baru, serta orde reformasi.

Pada tahun 1828 di Jakarta diterbitkan *Javasche Courant* yang isinya memuat berita-berita resmi pemerintahan, berita lelang dan berita kutipan dari harian-harian di Eropa. Di Surabaya (1835) terbit *Soerabajasch Advertentieblad* yang diganti namanya menjadi *Soerabajasch Niews en Advertentieblad*. Di Semarang terbit *Samarangsche Advertentieblad* dan *De Samarangsche Courant*. Di Padang terbit *Soematra Courant*, *Padang Handelsblad*, dan *Bentara Melajoe*. Di Makassar (Ujung Pandang) terbit *Celebes courant* dan *Makaassaarschh Handelsblad*. Semua penerbit terkena peraturan tidak boleh diedarkan sebelum diperiksa oleh penguasa setempat (Soebagijo, 1977 9:11).

Tahun 1885 di seluruh daerah yang dikuasai Belanda terdapat 16 surat kabar berbahasa Belanda dan 12 surat kabar berbahasa Melayu, di antaranya adalah *Bintang Barat*, *Hindia-Nederland*, *Dinihari*, *Bintang Djohar* (terbit di bogor), *Selompret Melayu* dan *Tjahaja Moelia*, *Pemberitaan Bahroe* (Surabaya) dan surat kabar berbahasa Jawa Bromartini yang terbit di Solo

Ketika Jepang datang, surat kabar yang ada di Indonesia diambil alih secara perlahan. Beberapa surat kabar disatukan agar pemerintah Jepang dapat memperketat pengawasan. Kantor berita *Antara* pun diambil alih dan diteruskan oleh kantor berita *Yashima* di bawah pusat pemerintahan Jepang, yakni *Domei*.

Wartawan-wartawan Indonesia pada saat itu hanya menjadi pegawai, sedang yang diberi pengaruh serta kedudukan adalah wartawan yang sengaja didatangkan dari Jepang. Pada saat surat kabar hanya bersifat propaganda dan memuji-muji pemerintah dan tentara Jepang. (Soebagijo, 1977: 39-43).

Pada masa awal kemerdekaan, Indonesia pun melakukan perlawanan dalam hal sabotase komunikasi. Surat kabar yang diterbitkan oleh bangsa Indonesia pada saat itu merupakan tandingan dari surat kabar yang diterbitkan pemerintah Jepang. Surat kabar *Berita Indonesia* yang diprakarsai oleh Eddie Soeradi ikut melakukan propaganda agar rakyat datang berbondong-bondong pada rapat raksasa di lapangan Ikada Jakarta, 19 September 1945. Dalam perkembangannya, *Berita Indonesia* (BI) berulang kali dibredel, dan selama pembredelan para tenaga redaksinya ditampung oleh surat kabar Merdeka yang didirikan oleh B.M. Diah. Surat kabar perjuangan lainnya adalah *Harian Rakyat*

dengan pemimpin redaksinya Samsudin Sutan Makmur dan Rinto Alwi. Koran tersebut menampilkan "Pojok" dengan "Bang Golok". Surat kabar lainnya yang terbit di masa kemerdekaan antara lain, *Soeara Indonesia* pimpinan Manai Sophian (Makassar), *Pedoman Harian* yang berubah namanya menjadi *Soeara Merdeka* (Bandung), *Kedaulatan Rakjat* (Bukittinggi), *Demokrasi* (Padang), (Soebagijo, 1977: 49-66).

Pada masa orde baru, surat kabar yang tadinya dipaksakan untuk berafiliasi, kembali mendapatkan kepribadiannya, *Kedaulatan Rakjat* yang pada zaman orde lama ganti *Dwikora*, kembali kepada nama semula. Demikian pula dengan *Pikiran Rakjat* di Bandung. Lingkungan kampus tidak ketinggalan menerbitkan harian *Kami*. Pertumbuhan pers yang marak di satu pihak cukup menggembirakan, tetapi di lain pihak perlu diwaspadai.

Jatuhnya Presiden Soeharto pada 21 Mei 1998 silam membawa aura baru di dunia pers. Berakhirnya orde baru mengalirkan kebebasan berekspresi melalui media atau kebebasan pers.

Krisis ekonomi di Asia pada tahun 1997 bertindak sebagai katalisator bag berakhirnya kekuasaan politik Orde Baru. Berbulan-bulan presiden harus menghadapi protes, terutama berakar dari kalangan mahasiswa, yang puncaknya terjadi di Jakarta yang dikenal dengan peristiwa berdarah terhadap kaum minoritas keturunan Cina yang selama ini dianggap mendapat keistimewaan. Selain lengsernya rezim Orde Baru, para demonstran menuntut pelaksanaan demokrasi, seperti kebebasan pers dan kebebasan serikat pekerja.

Setelah kerusuhan Mei 1998, akhirnya Presiden Suharto mundur dari jabatannya. Sampai Pemilu 1999 Indonesia dipimpin oleh B.J. Habibie, yang sebelumnya menjabat wakil presiden. Saat itulah pemberian SIUPP mulai lebih mudah. Bahkan, tahun 1999 dikeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 yang mengakhiri kewajiban memiliki SIUPP dan setahun kemudian, pada masa Pemerintahan Presiden KH. Abdurrahman Wahid Departemen Penerangan dibubarkan.

Namun sayang, pada masa reformasi itu, nasib media massa nasional pun tidak beranjak lebih baik. Kendati telah diadakan perubahan peraturan dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 40 tahun 1999.

Bahkan, dapat diindikasikan kondisi media massa nasional di era reformasi lebih buruk. Krisis multidimensional yang mendera Republik ini sangat berpengaruh besar pada nasib media massa nasional. Krisis yang terjadi di Indonesia sejak lebih kurang tahun 1997-an, juga ikut mencabik-cabik kondisi media massa nasional. Kendati krisis yang menimpa media massa nasional ini nampaknya dimulai dari secercah harapan kebebasan, tetapi realitas membuktikan kondisi media massa nasional masa ini malah semakin memburuk.

Kebijakan-kebijakan pemerintah yang nampaknya banyak berpihak pada upaya pembebasan pers dari belenggu kekuasaan, seperti, pembebasan SIUPP, pembebasan organisasi wartawan, dan lain sebagainya, tampaknya berujung pada ikut terseretnya media massa nasional pada berbagai krisis. Krisis pers nasional masa kini tak jauh berbeda dari krisis yang mendera bangsa dan negara ini. Semua krisis tersebut bermuara pada krisis kepercayaan dan krisis akhlak (moral).

Berbagai kebijakan pembebasan yang diberikan pemerintah dimanipestasikan oleh sebagian insan pers dalam *frame* pesta pora. Kearifan dan kedewasaan insan pers nasional yang diharapkan pemerintah dan masyarakat dalam menyikapi kebijakan kebebasan tidak menjelma. Sebagian insan pers yang didorong dengan lahirnya insan pers-insan pers “karbitan”, telah bersikap kekanak-kanakan. Mereka menyikapi kebebasan dengan *euphoria* kebablasan. Inilah yang mengakibatkan meningkatnya kuantitas perusahaan media massa di Tanah Air tidak diimbangi dengan kenaikan kualitas insan pers.

Merekalah yang tidak menyadari bahwa dunia media massa bukan sekedar perhitungan untung rugi. Siapapun yang menjadi insan pers tidak dapat hanya beracuan pada *frame* demi keuntungan finansial. Namun, dunia pers adalah dunia yang penuh dengan idealisme. Pers tanpa idealisme, dalam arti kata hanya mengejar keuntungan finansial, tidak bedanya dengan perusahaan rokok kretek, perusahaan teh botol, perusahaan gula-gula, dan sejenisnya. Perusahaan semacam itu tidak berhak menamakan dirinya pers.

Keseimbangan sikap dalam mensejajarkan idealisme dan keuntungan finansial tak dapat ditolak harus menjadi acuan gerak langkah insan pers. Ini disebabkan oleh sifat pekerjaan mengelola media massa yang ideal-komersial. Jika lebih mengedepankan sisi ideal, media massa tidak akan hidup lama. Sebaliknya, jika mengutamakan sisi komersial, lembaga itu tidak layak lagi diberi predikat pers. (Effendy, 2001).

Kebijakan pembebasan SIUPP bagi penerbitan pers, dari sisi kuantitas memicu lahirnya media massa baru yang tentu menelorkan pula insan pers-insan pers baru. Karena tanpa jaring-jaring pengaman, mereka lahir begitu saja, bertelur begitu saja, dan mati begitu saja. Hal ini kentara sekali menimpa media cetak di Tanah Air.

Menurut catatan Happy Bone Zulkarnaen (2002), pada tahun-tahun awal pembebasan SIUPP, jumlah penerbitan pers (media cetak) mencapai 1.600, tetapi tiga tahun kemudian turun dratis; yang tinggal tidak lebih dari 300. Sementara itu, Noor Achirul Layla (2002) mencatat pada tahun 1998 jumlah media cetak di Indonesia sekitar 200, tiga tahun kemudian jumlahnya melipat hingga delapan kali lipat atau lebih kurang 1.600 buah. Namun, empat tahun kemudian tinggal 800 buah.

Melipatnya kelahiran media cetak, tentu menelorkan insan pers yang jauh lebih besar. Bila pada masa Orde Baru jumlah wartawan hanya mencapai angka 6.000 orang, pada era reformasi jumlahnya berlipat-lipat. Majalah Pantau (majalah khusus tentang media massa dan jurnalisme di Indonesia) memperkirakan jumlah wartawan media cetak pada tahun 2002 mencapai lebih dari 12.000 orang dan perkiraan PWI Pusat sekitar 20.000 orang

Kendati kebebasan pers mulai menemukan eksisnya, tekanan demi tekanan tak pupus. Kasus penyerbuan redaksi *Tempo* di Jalan Proklamasi No. 72 tahun 2003 lalu menjadi salah satu bukti. Fakta lain adalah penyerbuan di kantor *Indopos*, kasus pemukulan wartawan di kampus Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya hingga hukuman penjara bagi redaktur surat kabar *Rakyat*.

Para insan media yang masih punya idealism tinggi membentuk asosiasi-asosiasi baru yang concern pada masalah etika pers, misalnya Aliansi Jurnalistik Independen (AJI). Pemerintah pun memberlakukan

Undang-Undang No.40 tahun 1999 tentang pers. Undang-undang inilah yang kemudian menjadi tonggak kebebasan pers era reformasi.

Surat kabar memiliki empat ciri umum yang menonjol. Keempat ciri tersebut yakni, aktualitas, publisitas, perioditas, dan universalitas. Aktualitas dalam surat kabar mengandung pengertian, memiliki nilai waktu, nilai psikologis, nilai pengetahuan, dan nilai sosial. Publisitas dalam surat kabar mengandung pengertian bahwa surat kabar terbit secara teratur atau periodik. Tidak menjadi soal apakah terbitnya itu sehari sekali, sehari dua kali, atau seminggu sekali, dan seterusnya. Universalitas dalam surat kabar mengandung pengertian bahwa surat kabar memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.

Surat kabar pun memiliki sifat, terekam, menimbulkan perangkat mental secara aktif, mengandung teknik pentransmisian, dan menimbulkan efek. Surat kabar memiliki sifat terekam, artinya berita-berita yang dipublikasikan surat kabar sudah tersusun dalam bentuk alinea, kalimat, kata-kata, dan gambar yang dicetak pada kertas.

Surat kabar memiliki sifat menimbulkan perangkat mental secara aktif, artinya pesan-pesan yang dikomunikasikan kepada khalayak dengan menggunakan bahasa dan huruf yang tercetak “mati” di atas kertas dan agar dimengerti maknanya, pembaca harus menggunakan perangkat mental secara aktif.

Surat kabar memiliki sifat mengandung teknik pentransmisian agar mengenai sasaran. Mengenai hal ini Schramm dalam (Effendy,1986:2004) menyatakan bahwa pesan hendaknya dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian, pesan hendaknya menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti. Pesan hendaknya dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhannya, dan pesan hendaknya menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan

yang dikehendaki. Surat kabar pun memiliki sifat menimbulkan efek, artinya memberikan pengetahuan, meningkatkan intelektual, dan mengubah sikap.

Fungsi surat kabar secara umum identik dengan fungsi pers. Fungsi di sini mengandung makna ideal atau didasari oleh suatu semangat idealisme yang kuat. Hal ini penting untuk ditekankan, mengingat pers (surat kabar) di Indonesia adalah sebagai lembaga kemasyarakatan yang memiliki idealisme, yakni, 1) *social control*: secara bebas menyatakan pendapat, 2) memiliki idealisme *social responsibility*: memiliki tanggung jawab sosial.

Dalam pelaksanaan semangat idealisme tersebut, pers memiliki fungsi yang terjabarkan sebagai berikut.

- 1) Fungsi mempengaruhi. Pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Ia mampu mengangkat suatu persoalan masyarakat menjadi persoalan penting, bahkan persoalan-persoalan yang diangkat oleh pers mampu menjadi topik isu masyarakat dalam komunikasi pergaulan keseharian.
- 2) Fungsi menyiarkan informasi. Pers mampu memikat masyarakat dan menimbulkan rasa suka, sehingga keberadaan pers menjadi kebutuhan sehari-hari. Peluang demikian mengantarkan pers menjadi suatu usaha penerbitan yang memiliki prospek bisnis yang cerah.
- 3) Fungsi mendidik. Di sini pers memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan memberikan pengajaran massa (*mass education*).
- 4) Fungsi menghibur. Umumnya fungsi menghibur dilakukan dengan memberikan cerita pendek, cerita bersambung, cerita gambar, teka-teki silang, sajak, karikatur, dan sebagainya.

2. Media Elektronik

Seperti halnya surat kabar, eksistensi media elektronik pun mengalami pasang surut. Salah satu media elektronik yang sempat merakyat adalah radio. Radio di Indonesia pun mengalami pasang surut sesuai perkembangan pemerintahan di Indonesia. Peristiwa yang maha

penting bagi seluruh rakyat Indonesia, yakni Proklamasi Kemerdekaan tidak dapat disiarkan langsung oleh radio siaran karena radio siaran masih dikuasai oleh Jepang. Teks proklamasi kemerdekaan Indonesia baru dapat disiarkan dalam Bahasa Indonesia dan Inggris pukul 19.00 WIB, dan hanya dapat didengar oleh penduduk sekitar Jakarta. Baru pada 18 Agustus 1945, naskah bersejarah itu dapat dikumandangkan di luar batas tanah air dengan resiko petugasnya diberondong senjata serdadu Jepang.

Setelah itu, dibuat pemancar radio gelap, radio siaran dengan stasiun call "Radio Indonesia Merdeka". Dari situlah Wakil Presiden Mohamad Hatta dan pemimpin lainnya menyampaikan pidato melalui radio siaran yang ditujukan kepada rakyat Indonesia. Pada 11 September 1945 diperoleh kesepakatan dari hasil pertemuan antara pemimpin radio siaran untuk mendirikan sebuah organisasi radio siaran. Tanggal 11 September itu menjadi hari ulang tahun *Radio Republik Indonesia* (Effendy, 1990: 58-60)

Hingga akhir 1966, RRI adalah satu-satunya radio siaran di Indonesia yang dikuasai dan dimiliki pemerintah. Selain sebagai media informasi dan hiburan, pada masa orde baru, radio siaran melalui RRI menyajikan acara pendidikan dan persuasi. Acara pendidikan yang berhasil adalah "Siaran Pedesaan" yang mulai diudarakan pada September 1969 oleh stasiun RRI regional. Stasiun RRI regional juga membantu menginformasikan program-program pemerintah, seperti keluarga berencana, transmigrasi, kebersihan lingkungan, imunisasi ibu hamil dan balita. Sejalan dengan perkembangan budaya sosial dan teknologi, maka bermunculan radio siaran-radio siaran amatir yang diusahakan oleh perorangan.

Kemudian Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah. Karena jumlah radio siaran swasta semakin banyak dan fungsinya makin penting, tahun 1974 stasiun-stasiun radio siaran swasta niaga terhimpun dalam wadah yang dinamakan Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia, disingkat PRSSNI.

Pada zaman orde baru radio-radio wajib merelai warta berita dari RRI, pada era reformasi tidak lagi terjadi. Pada masa reformasi bermunculan radio-radio siaran swasta. Menurut catatan PRSSNI, hingga tahun 2005, terdapat sekitar 900 radio siaran swasta. Namun banyak juga radio siaran swasta yang tidak terdaftar di PRSSNI karena sejak reformasi, radio siaran tidak lagi diwajibkan menjadi anggota PRSSNI. Radio-radio tersebut memiliki kewenangan untuk menyiarkan warta berita secara mandiri dengan nama program yang berbeda-beda.

Selain radio, media elektronik yang sangat fenomenal adalah televisi. Televisi dianggap media massa yang paling berpengaruh terhadap kehidupan manusia karena seperti di Amerika, 99% penduduk memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (Agee,et.al,2001:279).

Secara historis tahun 1948 merupakan tahun penting dalam dunia pertelevisian dengan adanya perubahan dari televisi eksperimen ke televisi komersial di Amerika. Karena perkembangan televisi yang sangat cepat, dari waktu ke waktu media ini memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat.

Kegiatan penyiaran melalui televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Pesta Olahraga Se-Asia IV atau Asean Game di Senayan Jakarta. Sejak itu pula TVRI dipergunakan sebagai stasiun panggilan (station call) hingga sekarang (Effendy:1993:54).

Pada tanggal 16 Agustus 1976, Presiden Soeharto meresmikan penggunaan stasiun satelit Palapa untuk telekomunikasi dan siaran televisi. Sejak 1989, lahirlah televisi swasta pertama, yakni RCTI, kemudian SCTV, dan seterusnya hingga sekarang ratusan stasiun televisi sudah berdiri di seluruh Indonesia, baik televisi SSJ (Sisten Stasiun Berjaringan) maupun televisi lokal.

Perkembangan televisi sangat luar biasa setelah ditemukan televisi kabel, apalagi setelah muncul juga televisi analog dan televisi berlangganan, bahkan ke depan akan muncul televisi digital. Perkembangan kuantitas televisi tidak hanya menyangkut kepemilikan pesawat televisi yang dimiliki oleh warga Negara Indonesia, tetapi juga

makin bertambahnya jumlah stasiun televisi dan tidak hanya di kota besar, tetapi ke daerah-daerah atau ibu kota kabupaten/kota.

Hingga November 2015, jumlah televisi Jakarta yang sering disebut televisi nasional karena daerah layanannya sangat luas ada 14 stasiun, yakni RCTI, SCTV, Indosiar, AnTV, TransTV, Trans7, TV One, Metro TV, MNC TV, Global TV, TVRI, Kompas TV, I News TV, Net TV. Di salah satu provinsi terbesar, yakni Jawa Barat jumlah stasiun televisi lokal mengalami pelonjakan, hingga November 2015 berjumlah 30. Penambahan stasiun pun terjadi di provinsi lainnya.

3. Media Sosial

Media sosial adalah salah satu media massa dari ketiga media massa, yakni media cetak dan media elektronik. Kebetulan pada era ini media sosial tengah mengalami masa puncaknya karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, terutama internet yang merambah dengan dapat menggunakan media apapun, termasuk hand phone yang jelas menjadi bagian hal yang sangat pribadi.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".

Teknologi media sosial dalam berbagai bentuk, termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self-presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel *Horizons Bisnis* mereka diterbitkan dalam 2010.

Media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang, tetapi bisa keberbagai banyak orang, contohnya pesan melalui SMS ataupun internet; Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu "Gatekeeper"; Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya; Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Akhir-akhirnya ini, pengguna media sosial di Indonesia berkembang pesat. Fakta pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2012 ini telah mencapai 63 juta orang (Okezone, 12 Desember 2012) atau naik 300% dalam 5 tahun terakhir. Kondisi ini diperkuat dengan adanya 29 juta orang meng-akses internet secara *mobile* sebagai tanda tingkat produktivitas pemakaian bahasa pemakainya. Proyeksi ini akan terus berkembang hingga mencapai 80 juta orang pada tahun 2014. Di sisi lain, data Kominfo April 2012 menyebutkan jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia juga sangat besar. Setidaknya tercatat sebanyak 44,6 juta pengguna Facebook dan sebanyak 19,5 juta pengguna Twitter di Indonesia.

Hal itulah di antaranya yang mendorong penggunaan bahasa, terutama bahasa Indonesia di media sosial berkembang dan memiliki ciri khas tersendiri yang disebut sebagai bahasa Indonesia ragam media sosial. Berbahasa di media sosial semisal facebook, twitter, chatting yahoo messenger sering dilakukan dengan bahasa yang tidak baku oleh pengguna akun tersebut. Tentu saja tidak salah, sebab dunia maya sering tidak jelas siapa dan dimana posisi lawan bicara. Walaupun banyak juga orang yang sudah berinteraksi dan bertemu di dunia nyata, dan berlanjut komunikasi ke dunia maya (media sosial). Bahasa di media sosial bukanlah bahasa resmi sebagaimana menulis artikel karya ilmiah, makalah, jurnal, skripsi dan thesis. Walaupun begitu, media sosial tentu saja bersifat resmi sebagai alat komunikasi antar teman jarak jauh, sehingga bahasa yang digunakan bersifat (mendekati) bahasa/kata resmi yang tidak terlalu jauh melenceng dari bahasa EYD.

Sesuai dengan peminatan media sosial yang cenderung digandrungi anak muda, bahasa media sosial pun semakin mendapat tempat di kalangan anak muda. Sebut saja, fenomena "bahasa alay" yang

benar-benar sudah menjadi bahasa favorit mereka daripada Bahasa Indonesia. Hal ini terjadi karena anak muda sekarang membutuhkan pengakuan akan eksistensi mereka. Mereka hampir tidak punya ruang untuk mewujudkan eksistensi mereka. Jadi, anak muda yang tidak memakai bahasa alay maka tidak disebut anak gaul, dan status sosial seseoranglah yang paling mempengaruhi penggunaan bahasa itu sendiri (Meyerhoff, 2006:108).

Satu hal yang pasti dalam bahasa dunia maya dan jejaring sosial adalah adanya peralihan dari komunikasi lisan menjadi komunikasi tulisan. Hal ini terjadi karena dilakukan melalui internet. Cara berkomunikasi ini yang mendorong terjadinya eksplorasi untuk memperkaya bahasa tulis yang dipakai, termasuk penggunaan emotikon sebagai simbol ekspresi tertentu. Dari segi sifatnya, bahasa dunia maya biasanya terjadi pada pemakai bahasa yang sudah saling kenal, meskipun berada di ruang publik. Penggunaan singkatan-singkatan yang umum, seperti *km* dan *u* untuk 'kamu' atau 'Anda'; *thx* atau *tnks* untuk 'terima kasih'; *gpp* untuk 'tidak apa-apa'; *ce* untuk 'cewek'; *co* untuk 'cowok', menjadi contoh adanya konsensus atau kedekatan emosional di antara pemakainya.

Oleh karena itu, Rovi'i (2013)¹ mengategorikan kecerdasan bahasa kekinian dikaitkan dengan mesin, seperti yang diberikan web 3.0. Dimana isi content *web* ditampilkan tidak hanya dalam format bahasa manusia yang umum (*natural language*), tetapi juga dalam format bahasa yang dapat dibaca dan digunakan oleh mesin (baca: *software*). Kecerdasan web berbasis *semantic web* (baca: *web 3.0*), bisa dirasakan saat sedang beroperasi. Perangkat lunak yang digunakannya pun akan mampu mencari, membagi, dan menyatukan informasi dengan cara yang lebih mudah dan gampang di akses oleh semua orang.

G. Teori-Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Hal itu dibuktikan di antaranya munculnya sejumlah teori yang khusus membahas tentang komunikasi massa atau peran media massa dalam

kehidupan manusia. Sebetulnya, sangat banyak teori yang mengungkap tentang media massa, tetapi sebagai bahan bacaan pada buku ini, hanya diungkap beberapa teori yang populer dan sering dijadikan rujukan bagi para peneliti komunikasi massa.

1. Teori Jarum Hipodermik

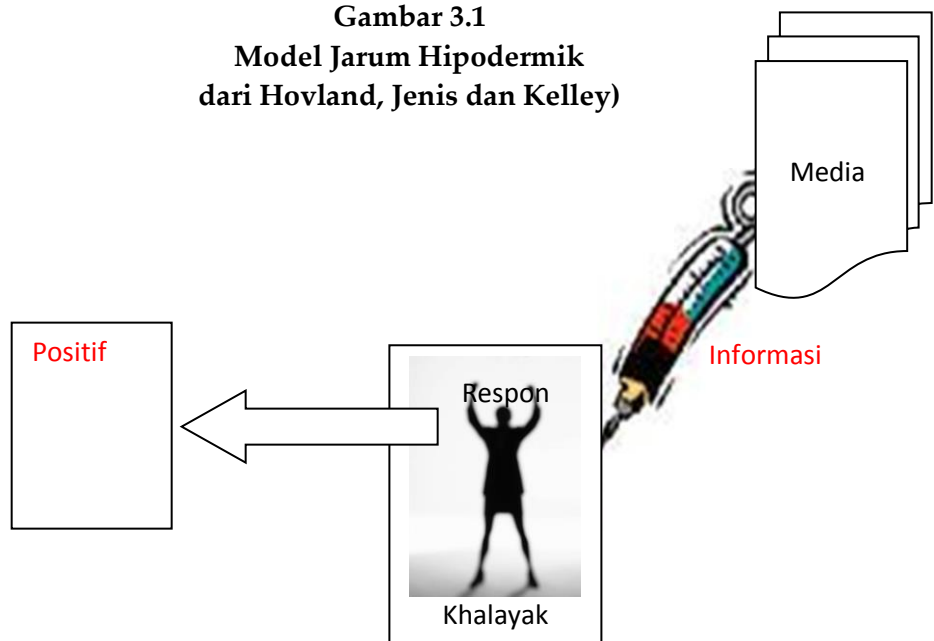
Model Jarum Hipodermik memiliki asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) sangat perkasa dalam mempengaruhi komunikan. Komunikasi seakan-akan disuntikan langsung kepada komunikan. Sebagai obat disimpan dan disebarkan ke dalam tubuh, sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis. Model ini sering juga disebut *bullet theory* (teori peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima pesan-pesan komunikator. Bila kita menggunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik, dan media yang benar, komunikan dapat diarahkan kehendak kita.

Model Jarum Hipodermik diungkapkan Hovland, Jenis dan Kelley (1959). Dalam model ini muncul variable-variabel dalam unsur komunikasi. Variabel-variabel komunikator ditunjukkan dengan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas terdiri dari dua unsur: keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauhmana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang "benar", sedangkan kejujuran dioperasionisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauh mana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya. Daya tarik diukur dengan kesamaan, familiaritas dan kesukaan. Kekuasaan (power) dioperasionisasikan dengan tanggapan komunikan tentang kemampuan komunikator untuk menghukum atau memberi ganjaran (*perceived control*), kemampuan untuk memperhatikan apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived concern*), dan kemampuan untuk meneliti apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived scrutiny*).

Variabel pesan terdiri dari struktur pesan, gaya pesan, appeals pesan. Struktur pesan ditunjukkan dengan pola penyimpulan (tersirat dan tersurat), pola urutan argumentasi (mana yang lebih dahulu,

argumentasi yang disenangi dan yang tidak disenangi), pola objektivitas (satu sisi atau dua sisi). Gaya pesan menunjukkan variasi linguistik dalam penyampaian pesan (perulangan, kemudahmengertian, pembendaharaan kata). Appeals pesan mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (rasional, emosional, *fear appeals*, *reward appeals*). Variabel media boleh berupa media elektronik, media cetak, atau saluran interpersonal.

Gambar 3.1
Model Jarum Hipodermik
dari Hovland, Jenis dan Kelley)



Diadaptasi dari Hovland, Jenis dan Kelley, 1959

2. *Uses and Gratifications*

Use and Gratification (Kegunaan dan Kepuasan) sering diasumsikan sebagai teori pengembangan dari Jarum Hipodermik. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa khalayak secara aktif mencari media massa yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Studi di bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atau kebutuhan seseorang. Sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Menurut McQuail (1995), ada dua hal utama yang mendorong pendekatan penggunaan media. Pertama, terdapat oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari “penemuan kembali manusia” yang terutama terjadi pada Sosiolog di Amerika. Kedua, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa. Oleh karena itu, *use and gratification* memberikan alternatif lain dalam memandang hubungan

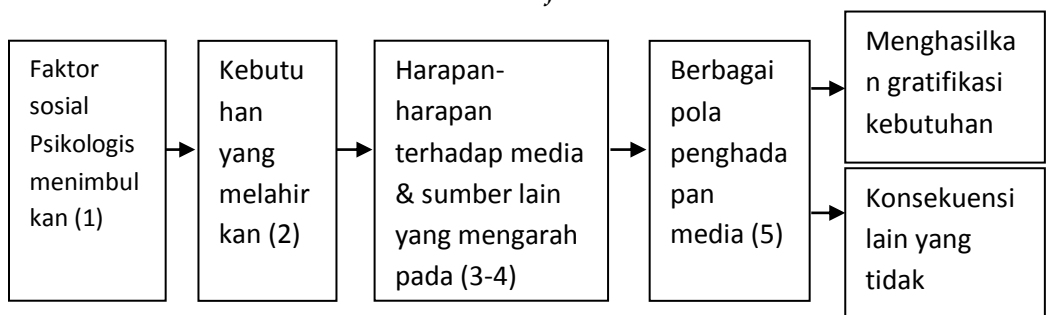
antara isi media dengan komunikasi dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi.

Katz dkk. (1974) mengungkapkan, teori ini memiliki 3 objektif penelitian, yaitu:

- a. Berusaha menjelaskan bagaimana individu menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhannya.
- b. Berusaha untuk mengungkap motif pokok penggunaan media oleh individu.
- c. Berusaha untuk mengetahui dampak positif dan negatifnya dari penggunaan media massa.

Katz dan McQuail menggambarkan yang mendasari penelitian *uses and gratification* model sebagai berikut:

Gambar 3.2
Uses and Gratification Model



Sumber: Ardiantor dkk,2007

3. Teori Agenda Setting

Teori agenda setting yang diungkapkan Maxwell E. McCombs dan Donald Shaw. Tulisan McCombs dan Shaw tentang konsep ini pertama kali dimuat dalam *Public Opinion Quarterly* edisi Musim Panas 1972.

Teori ini berasumsi media massa dengan memberikan perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh pada pendapat pembaca. Orang akan cenderung mengetahui tentang hal-hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan media massa terhadap isu yang berbeda-beda.

Para *gatekeepers* sangat penting peranannya dalam hal ini. Mereka seperti, penyunting, redaktur, bahkan wartawan sendiri secara selektif menentukan mana yang pantas diberikan dan mana yang harus disembunyikan.

Asumsi ini berhasil lolos dari keraguan yang ditujukan pada penelitian komunikasi massa yang menganggap media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap atau pendapat. Studi empiris terhadap komunikasi massa telah mengkonfirmasi bahwa efek yang cenderung terjadi adalah dalam hal informasi. Teori agenda setting menawarkan sesuatu cara untuk menghubungkan temuan ini dengan terjadinya efek terhadap pendapat karena pada dasarnya yang ditawarkan adalah suatu fungsi belajar dari media massa. Orang belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya.

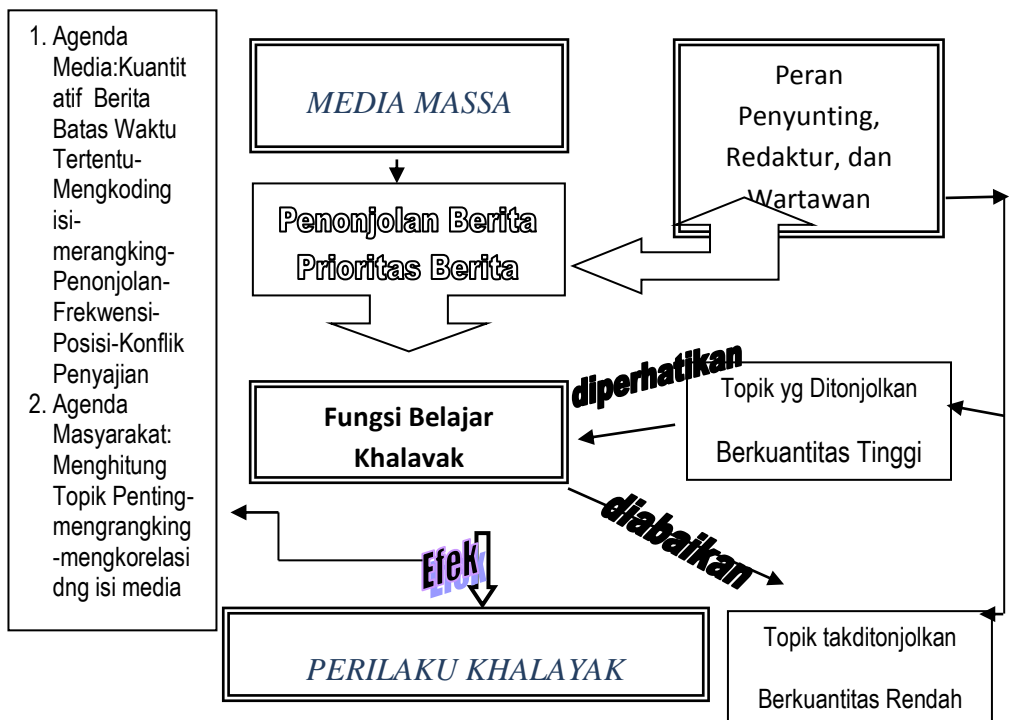
Mereka menulis bahwa khalayak tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dapat dilihat dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Kemampuan untuk mempengaruhi perubahan perilaku individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan media massa.

Asumsi agenda setting ini memiliki kelebihan karena mudah dipahami dan relatif mudah diuji. Dasar pemikirannya adalah di antara berbagai topik yang dimuat media massa, topik yang lebih banyak mendapat perhatian dari media akan menjadi lebih akrab dan akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu dan akan terjadi sebaliknya bagi topik yang kurang mendapat perhatian media. Perkiraan ini dapat diuji dengan membandingkan hasil dari analisis media secara kuantitatif dengan perubahan dalam pendapat umum yang diukur melalui survey pada dua (atau lebih) waktu yang berbeda.

Efek media dalam agenda setting diukur dengan membandingkan dua pengukuran. Pertama: Peneliti mengukur agenda media, dengan menggunakan analisis isi yang kuantitatif, yaitu dengan menentukan

batas waktu / masa/ periode tertentu, mengkodekan berbagai isi media, dan menyusun (meranking) isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan (ukuran headline, lokasi dalam surat kabar, frekwensi pemunculan, posisi dalam surat kabar, dan konflik cara penyajian). Kedua, Peneliti mengukur agenda masyarakat dengan menganalisis *self report* khalayak. Peneliti menghitung topik-topik yang penting menurut khayalak, merangkingnya, dan mengkorelasikannya dengan ranking isi media. Ia juga menganalisis kondisi-kondisi antara (*contingent conditions*) yang mempengaruhi proses agenda setting dengan meneliti sifat-sifat stimulus dan karakteristik khayalak.

Gambar 3.3
Model Agenda Setting dari Mc.Coombs



Diadaptasikan dari Mc.Coombs, 1972

4. Teori Kultivasi

Pandangan utama Teori Kultivasi (*cultivation theory*) adalah televisi secara independen akan berkontribusi dalam membentuk

konsepsi penontonnya dalam menilai realitas sosial. Menurut Gebner, orang yang lebih banyak “hidup dalam dunia televisi” akan memiliki gambaran tentang “kehidupan nyata” sebagaimana yang dilihatnya dalam televisi itu. Orang yang menonton televisi dalam jumlah waktu yang banyak akan menumbuhkan pandangan terhadap masyarakat dan dunia sebagaimana pola yang disajikan oleh realitas semu televisi (*television's pseudo-reality*).

Televisi akan memiliki pengaruh besar terhadap pecandunya (*heavy viewers*) daripada terhadap penonton sekadarnya (*light viewers*). Pengaruh televisi ini lebih pada aspek sikap (*attitude*) ketimbang perilaku (*behavior*) khalayak. Bagi pecandu televisi, dalam dirinya akan tertanam sikap yang konsisten (sejalan) dengan apa yang ditontonnya dalam acara televisi ketimbang persepsinya dengan dunia nyata. Menonton televisi akan menghasilkan *mindset* tentang kejahatan, misalnya, ketimbang perilaku kejahatan.

Gerbner meyakini bahwa media massa menumbuhkan sikap dan nilai yang sebenarnya sudah ada di tengah masyarakat; di mana media melestarikan sekaligus menyebarluaskan nilai-nilai itu kepada sesama anggota masyarakat. Misalnya, dalam politik, Gerbner menunjukkan bahwa televisi cenderung untuk meneguhkan persepektif politik yang moderat. Dalam hal ini, Gross (dalam Boyd-Barret & Braham, 1987: 100) menyatakan bahwa televisi merupakan instrumen bagi tatanan industri mapan yang berfungsi untuk melestarikan ketimbang memupuskan kepercayaan dan perilaku konvensional.

Teori kultivasi juga melihat bahwa media massa merupakan agen sosialisasi. Oleh karena itu, perlu dikaji kemungkinan dengan semakin banyak menonton televisi, juga berarti semakin percaya akan realitas yang dikonstruksi oleh televisi itu. Pada pecandu televisi memang lebih dapat dipengaruhi oleh *framing* yang dilakukan oleh televisi daripada penonton sekadarnya, utamanya dalam hal yang tidak dialaminya sendiri oleh penonton itu. Bisa jadi karena penonton sekadarnya memiliki sumber informasi yang lebih kaya daripada pecandu televisi. Dalam hubungannya dengan pengalaman langsung-tidak langsung ini, muncul gagasan bahwa penonton yang lebih muda akan lebih terpengaruh oleh

televisi ketimbang kelompok penonton yang lain (Evra, 1990: 167).

Televisi dianggap oleh Gerbner telah mendominasi 'lingkungan simbolik'. Ini sejalan dengan penilaian McQuail dan Windahl (1993: 100) bahwa televisi bukan lagi sekadar jendela atau refleksi atas dunia nyata, tetapi telah menjadi dunia itu sendiri. Selanjutnya Gerbner juga menyatakan bahwa representasi yang berlebihan atas kekerasan di televisi tidaklah memicu perilaku kekerasan, tetapi lebih mengirimkan pesan simbolik akan pentingnya hukum. Misalnya, genre *action* menegaskan keyakinan akan keunggulan hukum atas kejahatan. Di televisi, "penjahat" akan selalu kalah oleh "lakon".

Gambar 3.4
Teori Kuntivasi



5. Teori Belajar Sosial

Teori Belajar Sosial dari Albert Bandura (1977) menjelaskan bagaimana audien dipengaruhi oleh media massa. Teori ini berasumsi bahwa belajar terjadi dengan menunjukkan respon-respon secara nyata dan mengalami efeknya. Faktor utama dalam belajar adalah penegasan (*reinforcement*) atau pemberian ganjaran terhadap organisme karena melakukan respon. Dimana respon akan diulangi jika organisme mendapatkan hukuman atau jika respon tidak sesuai dengan yang diinginkan. Jadi, perilaku secara eksternal diatur oleh kondisi stimulus yang diperoleh dan oleh kondisi penegasan yang dipelihara.

Teori belajar sosial dapat menjelaskan perolehan dan pelepasan perilaku secara luas pada binatang dan manusia. Namun, sekarang ini

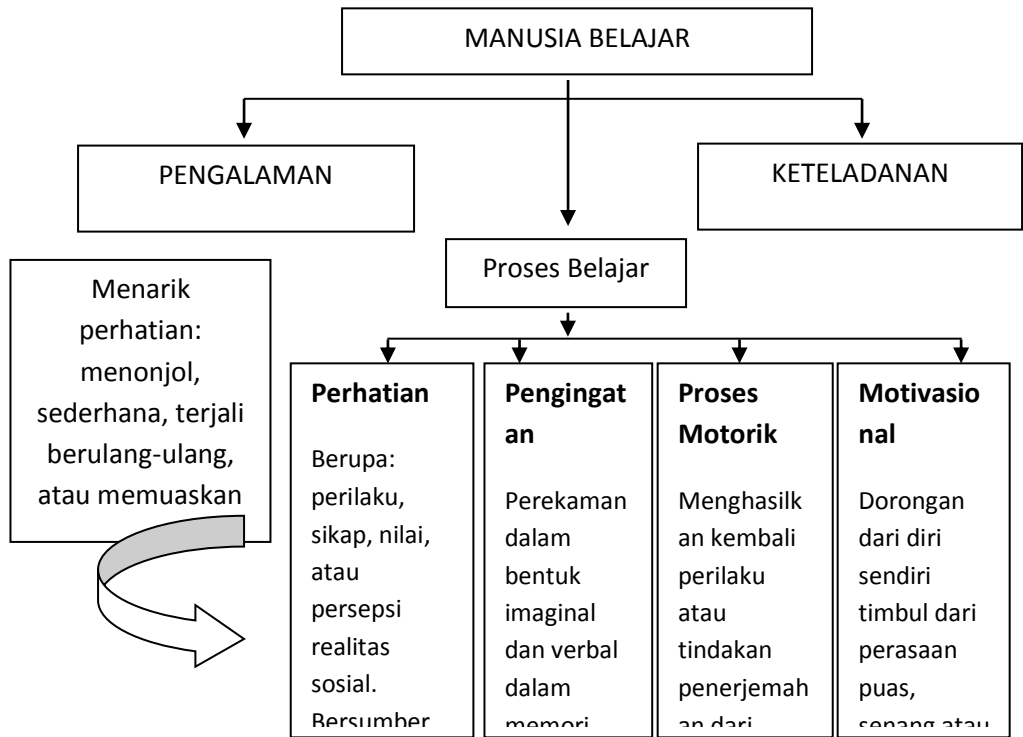
sebagaimana dijelaskan Tan (1981:204), teori ini banyak mendapat kritikan karena beberapa alasan. Pertama, dalam bentuknya yang paling radikal (kadang menunjuk pada behaviorisme radikal) teori belajar menurunkan martabat manusia menjadi robot yang secara total dikontrol oleh lingkungan. Teori radikal ini tidak memandang adanya kemungkinan pengaruh motif dan kognisi pada organisme terhadap belajar karena proses ini terjadi tidak dapat diamati secara langsung. Jadi, belajar merupakan suatu proses mekanis; respon dipelajari secara otomatis dan tanpa disadari.

Kedua, behaviorisme radikal hanya sedikit dapat menjelaskan perilaku sehari-hari karena teori ini beranggapan bahwa belajar dapat terjadi hanya melalui uji dan salah satunya dalam pengalaman langsung, padahal banyak perilaku yang dipelajari tidak selalu dapat dijelaskan. Kebanyakan kecenderungan respon yang dipelajari pertama-tama bukan hanya dari pengalaman nyata, melainkan hasil dari pengamatan terhadap perilaku orang lain.

Teori belajar menjelaskan perilaku sebagai hasil dari faktor lingkungan dan kognitif. Oleh karena itu, teori ini memandang bahwa sifat peneguhan (*reinforcement*) dari tindakan dan stimulus merupakan hal yang penting. Namun, peneguhan juga menjelaskan pengaruh belajar terhadap proses berfikir pada si pembelajar. Selanjutnya, teori belajar ini sangat relevan dengan komunikasi massa karena banyak perilaku yang dipelajari melalui model pertama-tama diamati dari media massa.

Untuk lebih memperjelas analisa teori ini, dapat diringkas dalam gambar. Dalam gambar, terdapat empat unsur pokok yakni, proses perhatian, proses retensi, proses reproduksi motorik dan proses motivasional.

Gambar 3.5
Teori Belajar Sosial dari Bandura



Diadaptasikan dari Bandura (1977)

BAB IV

P E R S

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Pers sebagai lembaga yang melahirkan Media Massa dan tempat berjalannya kegiatan Jurnalistik bagi para wartawan, baik dari sisi definisi, sejarah, sistem per dunia, maupun fungsi sebagai bagian penting ketika akan membahas tentang Jurnalistik.

B. Pengertian Pers

Sejumlah ilmuwan dalam beberapa buku yang mengupas tentang pers memberikan definisi pers dalam berbagai perspektif. Mereka memandang secara umum, selaras, dan menunjukkan banyak kesamaan. Hal itu merupakan bukti bahwa para ilmuwan telah bersepakat untuk memberikan definisi tentang pers.

Secara etimologis, istilah *pers* berasal dari Bahasa Belanda yang artinya menekan atau mengepres. Kata itu sepadan dengan kata *press* dalam Bahasa Inggris; *presse* dalam Bahasa Perancis yang juga berarti menekan atau mengepres. Kata tersebut berasal dari Bahasa Latin , *presaare* dari kata *premere* yang berarti *tekan* atau *cetak*. Istilah ini diambil berkait dengan proses pembuatan barang cetakan. Pada masa lalu, proses pencetakan melalui penekanan. Jalinan huruf yang sudah disusun sesuai dengan keinginan ditekan pada lapisan kertas, sehingga huruf-huruf tersebut pindah ke kertas. Agar huruf-huruf itu muncul di kertas dengan jelas, maka perlu dilakukan penekan yang kuat yang diistilahkan di-press. Oleh karena itu, segala barang cetakan diistilahkan pers atau press.

Fakta itu menjadi lebih berkembang setelah muncul barang cetakan yang menjadi salah satu media komunikasi, sehingga pers sering dianalogikan media cetak, seperti surat kabar atau majalah. Secara harfiah pers mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan.

Makna ini pun berkembang lagi dengan perspektif kalangan insan pers. Oleh karena itu, menurut mereka, *pers* pun sering dikategorikan sebagai singkatan dari *persuratkabaran*. Hal ini menguatkan istilah pers tidak hanya menyangkut barang cetakan, tetapi media komunikasi yang dibuat melalui cetakan yang dinamakan surat kabar beserta seluk-beluknya. Hal itu makin menguatkan istilah pers untuk mengidentikkan dengan dunia persuratkabaran.

Leksikon komunikasi membatasi pers sebagai berikut: 1) usaha percetakan atau penerbitan; 2) usaha pengumpulan atau penyiaran berita;

3) penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio dan televisi; 4) orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita; 5) medium penyiaran berita, yakni surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Weiner (1990:367) berpendapat, pers adalah: 1) wartawan cetak atau media cetak (istilah yang lebih meluas untuk semua media); 2) publisitas, peliputan berita; 3) mesin cetak, naik cetak. Sementara itu, Sobur (2001:146) menyimpulkan bahwa pers adalah media cetak yang mengandung penyiaran fakta, pikiran, ataupun gagasan dengan kata-kata tertulis. Dalam perspektif bisnis, Djuroto (2004:3) menyebutkan pers sebagai suatu kelompok kerja yang terdiri dari berbagai komponen (wartawan, redaktur, tata letak, percetakan, sirkulasi, iklan, tata usaha, dan sebagainya) yang menghasilkan produk berupa media cetak.

Istilah pers pada era sembilan puluhan makin berkembang. Istilah pers makin menguatkan konteksnya pada media komunikasi. Istilah pers pun berkembang mengikuti perkembangan media komunikasi. Ketika, media komunikasi menguat pada surat kabar, istilah pers hanya berlaku pada media cetak. Namun, ketika berkembang juga media komunikasi lainnya, terutama media elektronik seperti televisi dan radio, bahkan akhir-akhir ini internet atau media sosial, maka munculah makna pers secara luas, yakni menyangkut juga media elektronik dan media online. Oleh karena itu, ketika berbicara pers, maka berbicara media cetak, media elektronik, dan media sosial. Hal itu membenamkan makna lama bahwa pers tidak sekedar berkaitan dengan cetakan atau media cetak.

Namun begitu, sebagian insan pers, bahkan para ilmuwan komunikasi sering membagi pengertian pers dalam konteks sempit dan luas. Arti pers secara sempit hanya sekitar persuratkabaran, tetapi dalam arti luas pers menyangkut media cetak dan media elektronik. Bahkan, juga pers sering dikaitkan langsung dengan kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun oleh wartawan media cetak.

Dalam konteks yuridis formal di Indonesia, arti pers dibatasi melalui Pasal 1 ayat (a) Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dalam undang-undang itu disebutkan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Batasan pers berdasarkan undang-undang tersebut menguatkan pengakuan terhadap pers yang ada di Indonesia dalam sejumlah posisi

strategis. Pertama, pers sebagai lembaga sosial (*social institution*). Hal ini menyuratkan bahwa pers yang hidup di Indonesia harus berpikir, bersikap, dan berperilaku sebagaimana lembaga sosial lainnya. Pers di Indonesia harus lebih mengutamakan pengabdian terhadap pengembangan kehidupan sosial masyarakat, termasuk di dalam menanamkan nilai-nilai sosial yang tinggi terhadap masyarakat. Hal ini merupakan posisi yang strategis bagi pers di antara degradasi budaya masyarakat Indonesia saat ini. Masyarakat Indonesia memang masyarakat yang memiliki citra sosial yang tinggi ketimbang masyarakat negara lainnya, terutama negara-negara di Barat. Masyarakat Indonesia adalah masyarakat kolektifis, sedangkan masyarakat Barat masyarakat individualis. Namun, karakter kolektifis masyarakat Indonesia era ini tengah mengalami degradasi menuju pada masyarakat yang individualis. Hal itu terjadi di antaranya karena pengaruh pemberitaan di media massa (pers). Padahal, sejatinya sebagai lembaga sosial, pers di Indonesia harus dapat menguatkan budaya masyarakat yang sudah ada sembari memfilter masuknya budaya asing.

Kedua, pers di Indonesia sebagai lembaga kemasyarakatan. Hal ini menunjukkan bahwa pers di Indonesia merupakan kegiatan atau aktivitas masyarakat dalam mengembangkan ide, gagasan, dan buah pemikiran untuk kemajuan bangsa dan negara ini. Oleh karena itu, pers merupakan lahan bagi setiap anggota masyarakat untuk mengabdikan diri mereka terhadap bangsa dan negara ini. Pers memang tidak dapat lepas dari kehidupan masyarakat, selain karena pers merupakan kegiatan masyarakat, pers pun harus menjadi jembatan komunikasi di antara masyarakat dengan berbagai pihak, termasuk dengan pemerintah. Bahkan, dalam beberapa aspek pers pun harus ikut serta melindungi masyarakat. Pers harus melayani dan mengatur kebutuhan hati nurani masyarakat.

Ketiga, pers merupakan wahana komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa (tentang komunikasi massa akan dibahas pada bab tersendiri). Oleh karena itu, segala kegiatan media massa di Indonesia sangat bergantung dari eksistensi pers. Sebagaimana sejumlah Teori Komunikasi Massa (akan dibahas pada Bab tersendiri) yang menunjukkan kekuatan dan kedasyatan daya pengaruh terhadap massa (masyarakat umum), maka pers sebagai wahana pengendalinya. Besar atau kecilnya pengaruh media massa terhadap kehidupan masyarakat sangat ditentukan oleh eksistensi pers dalam mengembangkan kegiatan jurnalistiknya.

Keempat, pers sebagai pelaksana kegiatan jurnalistik, yakni kegiatan mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan

menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Dalam konteks ini, pers memiliki posisi strategis dalam mengendalikan informasi. Posisi ini menjadi urgen tatkala globalisasi informasi sudah menjadi bagian dari kehidupan bangsa Indonesia. Terlebih, Indonesia sudah berkomitmen untuk membuka diri melalui prinsip transparansi dengan dikeluarkannya undang-undang tentang keterbukaan informasi; Undang-Undang No. 14 Tahun 2008.

Ditinjau dari sistem, pers merupakan sistem terbuka yang probabilistik. Terbuka artinya bahwa pers tidak bebas dari pengaruh lingkungan; tetapi di lain pihak, pers pun mempengaruhi lingkungan probabilistik, berarti hasilnya tidak dapat diduga secara pasti. Situasi seperti itu berbeda dengan sistem tertutup yang deterministik. Dalam buku *Four Theories of the Press*, Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm mengkategorikan Pers dalam beberapa sistem politik. Sistem pers yang berlaku dalam suatu negara tidak dapat dilepaskan hubungannya dengan struktur sosial dan struktur politik dari suatu masyarakat atau negara, maka dari dimensi sejarah perkembangan pers, dikenal empat kategori tentang pers yang masing-masing mencerminkan keadaan masyarakat dan dasar pemikiran yang hidup dalam masyarakat.

1. Pers Otoriter (*Authoritarian*)

Pers Otoriter lahir pada abad kelima belas sampai keenam belas pada masa bentuk pemerintahan bersifat otoriter (kerajaan absolut). Oleh karena keberadaan pers sepenuhnya dimaksudkan untuk menunjang kerajaan, maka pemerintah langsung menguasai dan mengawasi kegiatan media massa. Akibatnya sistem pers yang berlaku sepenuhnya berada di bawah pengawasan pemerintah, kebebasan pers yang ada sangat tergantung kepada kekuasaan raja yang mempunyai kekuasaan yang mutlak.

2. Pers Liberal (*Libertarian*)

Sistem pers liberal berkembang pada abad ketujuh belas dan kedelapan belas sebagai akibat timbulnya Revolusi Industri. Menurut sistem ini, pada dasarnya manusia mempunyai hak-hak yang diperolehnya secara alamiah. Sistem ini beranggapan bahwa apabila ada control dari pemerintah, maka potensi manusia untuk mengejar kebenaran tidak akan berkembang karena hal tersebut hanya akan terwujud dalam iklim kebebasan menyatakan pendapat.

Libertarian beranggapan bahwa pers harus memiliki kebebasan yang seluas-luasnya untuk membantu manusia dalam upayanya menemukan kebenaran. Untuk memperoleh kebenaran, manusia

membutuhkan kebebasan dalam memperoleh informasi dan pikiran-pikiran yang hanya dapat secara efektif diterima ketika itu, apabila disampaikan melalui pers yakni media cetak.

Berdasarkan pemikiran tersebut, dalam masyarakat liberal, kebebasan pers itu dipandang sebagai suatu hal yang sangat pokok karena dari kebebasan pers inilah dapat dilihat adanya kebebasan manusia. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa kebebasan pers yang ada di suatu negara merupakan barometer atas kebebasan yang dimiliki oleh setiap individu.

3. Pers Komunis (*Marxist*)

Pers komunis berkembang pada abad kedua puluh sebagai akibat dari sistem komunis di Uni Soviet. Sistem ini mendasarkan diri pada teori Karl Marx tentang perubahan sosial. Sesuai dengan sejarah kelahiran dan pertumbuhannya yang tidak dapat dipisahkan dari sejarah ideologi komunis dan berdirinya negara Uni Soviet, maka teori pers ini dikenal pula dengan istilah Pers Komunis Soviet.

Di dalam pers komunis ini, pers sepenuhnya merupakan alat pemerintah (partai) dan bagian integral dari negara. Konsekuensinya, pers harus tunduk pada perintah dan pengawasan pemerintah atau partai. Hal tersebut berarti, pers tidak lebih dari alat partai komunis yang berkuasa. Pers harus melakukan apa yang terbaik bagi negara dan partai. Yang dilakukan oleh pers untuk mendukung komunis dianggap sebagai perbuatan moral, akan tetapi sebaliknya setiap perbuatan pers yang dianggap membahayakan atau merintangi pertumbuhan komunis, dipandang sebagai perbuatan immoral.

Fungsi pers komunis ditetapkan sebagai alat untuk melakukan indoktrinasi massa atau pendidikan massa/bimbingan massa yang dilancarkan oleh partai. Bimbingan serta pendidikan massa itu dilakukan melalui propaganda dan agitasi yang merupakan salah satu aspek terpenting dari fungsi partai. Dalam hubungan dengan fungsi dan peranan pers sebagai alat pemerintah dan partai, pers harus menjadi suatu *collective propagandist*, *collective agitator* dan *collective organizer*.

4. Pers Tanggung Jawab Sosial (*Sosial Responsibility*)

Sistem ini tumbuh pada awal abad kedua puluh sebagai protes terhadap kebebasan mutlak yang diajarkan oleh teori *libertarian* karena teori *libertarian* ini dipandang telah menimbulkan kemerosotan moral dalam masyarakat. Dengan demikian ditinggalkanlah hak-hak mutlak yang diperkenankan oleh *Libertarian Theory* seperti, *the right to lie*, *the right to livity*, *to right to be in error*, *the right to invade privacy* (Adji,1973:202).

Social Responsibility mempunyai dasar pemikiran bahwa kebebasan pers itu harus disertai tanggung jawab kepada masyarakat. Oleh karena

itu, libertarian dengan kebebasan mutlaknya banyak menimbulkan dekadensi moral dalam masyarakat, maka Pers Tanggung Jawab Sosial memandang perlu kebebasan pers itu dibatasi atas dasar moral dan etika. Pers harus bertindak dan melakukan tugasnya sesuai standar-standar hukum tertentu.

Pers Tanggung Jawab Sosial dianggap sebagai suatu bentuk revisi terhadap ketiga sistem sebelumnya yang memberikan tanggung jawab yang amat kurang terhadap masyarakat. Pers Tanggung Jawab Sosial mendasarkan pandangannya kepada suatu prinsip bahwa kebebasan pers harus disertai dengan kewajiban-kewajiban dan pers harus mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat guna melaksanakan tugas-tugas pokok yang dibebankan kepada komunikasi massa dalam masyarakat modern dewasa ini.

Di sini prinsip kebebasan pers itu masih dipertahankan dengan penambahan tugas dan beban bahwa kebebasan yang dimiliki haruslah disertai kewajiban-kewajiban sebagai tanggung jawab. Oleh karena itu, Pers Tanggung Jawab Sosial cenderung berorientasi kepada kepentingan umum, baik secara individual maupun secara kelompok. Ini berarti tugas pers harus dipertanggungjawabkan kepada masyarakat dan masyarakat harus dapat melihat tugas tanggung jawab sosial itu secara nyata. Pers harus pula melihat kepentingan umum atau masyarakat lingkungan tempat pers itu berada.

C. Pers Indonesia

a. Era Penjajahan

Sejarah pers di Indonesia, menurut Dr. De Haan dalam bukunya, *Oud Batavia* (G. Kolf Batavia 1923), bahwa sejak abad 17 di Batavia sudah terbit sejumlah surat kabar berkala. Dikatakannya bahwa pada tahun 1676 di Batavia telah terbit sebuah berkala bernama Kort Bericht Eropa (berita singkat dari Eropa). Berkala yang memuat berbagai berita dari Polandia, Prancis, Jerman, Belanda, Spanyol, Inggris, dan Denmark ini, dicetak di Batavia oleh Abraham Van den Eede tahun 1676. Setelah itu terbit pula Bataviase Nouvelles pada bulan Oktober 1744, *Vendu Nieuws* pada tanggal 23 Mei 1780, sedangkan *Bataviasche Koloniale Courant* tercatat sebagai surat kabar pertama yang terbit di Batavia tahun 1810.

Memang catatan sejarah pers Indonesia tidak dapat melepaskan diri dari Eropa, khususnya Belanda. Sejak awal pemerintahan VOC, para pengusaha surat kabar dan para wartawan asal Belanda, sudah berani membuka usaha dalam bidang penerbitan di Batavia. Dalam majalah *Indie*, *Nedelandch Indie Oud en Nieuw*, *Kromo Blanda*, *Djawa*, berbagai *Verslagen* (Laporan) dan masih banyak lagi, telah memuat aneka berita

dari mulai politik, ekonomi, sosial, sejarah, kebudayaan, seni tradisional (musik, seni rupa, sastra, bangunan, percandian, dan lain-lain) serta seribu satu macam peristiwa penting lainnya yang terjadi di Indonesia.

Sampai akhir abad ke-19, koran yang terbit di Batavia hanya memakai bahasa Belanda. Para pembacanya masyarakat yang mengerti bahasa tersebut. Karena surat kabar di masa itu diatur oleh pihak Binnenland Bestuur (penguasa dalam negeri), beritanya boleh dikata kurang seru dan “kering”. Yang diberitakan hanya hal-hal yang biasa dan ringan, dari aktivitas pemerintah, kehidupan para raja, dan sultan di Jawa, sampai berita ekonomi dan kriminal. Namun memasuki abad 20, tepatnya di tahun 1903, koran mulai menghangat. Masalah politik dan perbedaan paham antara pemerintah dan masyarakat mulai diberitakan. Parada Harahap, tokoh pers terkemuka, dalam bukunya *Kedudukan Pers Dalam Masyarakat* (1951) mencatat, menghangatnya koran akibat adanya *dicentralisatie wetgeving* (aturan yang dipusatkan). Beberapa kota besar di kawasan Hindia Belanda menjadi kota yang berpemerintahan otonom sehingga ada para petinggi pemerintah, yang dijamin oleh hak *onschenbaarheid* (tidak bisa dituntut), berani mengkritik dan mengoreksi kebijakan atasannya.

Dunia pers semakin menghangat ketika terbitnya *Medan Prijaji* pada tahun 1903, sebuah surat kabar pertama yang dikelola kaum pribumi. Munculnya surat kabar ini bisa dikatakan merupakan masa permulaan bangsa Indonesia terjun dalam dunia pers yang berbau politik. Pemerintah Belanda menyebutnya *Inheemsche Pers* (Pers Bumiputra). Pemimpin redaksinya R.M. Tirtoadisuryo yang dijuluki Nestor Jurnalistik. Ia menyadari bahwa surat kabar adalah alat penting untuk menyuarakan aspirasi masyarakat. Dialah yang sering disebut-sebut sebagai pelopor kebebasan

Kemudian, Tjokroaminoto dari Sarikat Islam menerbitkan harian *Oetoesan Hindia*. Nama Samaun (golongan kiri) muncul dengan korannya yang namanya cukup revolusioner yakni *Api*, *Halilintar* dan *Nyala*. Suwardi Suryaningrat alias Ki Hajar Dewantara juga telah mengeluarkan koran dengan nama *Guntur Bergerak* dan *Hindia Bergerak*. Di Padangsidempuan, Parada Harahap membuat harian *Benih Merdeka* dan *Sinar Merdeka* pada tahun 1918 dan 1922. Dan, Bung Karno pun tidak ketinggalan pula telah memimpin harian *Suara Rakyat Indonesia* dan *Sinar Merdeka* di tahun 1926. Tercatat pula nama harian *Sinar Hindia* yang kemudian diganti menjadi *Sinar Indonesia*.

b. Era Kemerdekaan & Orde Lama

Para pejuang kemerdekaan Indonesia menggunakan pers sebagai

alat perjuangan. Pada era itu lahir juga *Bintang Timur*, *Bintang Barat*, dan *Java Bode*. Pada masa pendudukan Jepang, koran-koran yang terbit jaman Belanda dilarang. Walaupun begitu, terdapat juga lima koran yang mendapat izin terbit, yakni *Asia Raja*, *Tjahaja*, *Sinar Baru*, *Sinar Matahari*, dan *Suara Asia*.

Sejarah lahirnya pers di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari sejarah lahirnya idealisme perjuangan bangsa mencapai kemerdekaan. Di zaman revolusi fisik, lebih terasa lagi betapa pentingnya peranan dan eksistensi pers sebagai alat perjuangan. Pada 9 Februari 1946, insan pers Indonesia memperoleh wadah dengan terbentuknya organisasi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Kemudian, 8 Juni 1946, tokoh-tokoh pers nasional mendirikan Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) di Yogyakarta.

Sebenarnya, menurut catatan Tribuana Said (2009) ², SPS telah lahir jauh sebelum 6 Juni 1946, tepatnya empat bulan sebelumnya bersamaan dengan lahirnya PWI di Surakarta pada 9 Februari 1946. Karena peristiwa itulah orang mengibaratkan kelahiran PWI dan SPS sebagai “kembar siam”. Di balai pertemuan “Sono Suko” di Surakarta pada 9-10 Februari itu wartawan dari seluruh Indonesia berkumpul dan bertemu. Yang datang tokoh-tokoh pers yang memimpin surat kabar, majalah, wartawan pejuang dan pejuang wartawan. Pertemuan besar yang pertama itu memutuskan:

- a. Disetujui membentuk organisasi wartawan Indonesia dengan nama Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), diketuai Mr. Sumanang Surjowinoto dengan sekretaris Sudarjo Tjokrosisworo.
- b. Disetujui membentuk sebuah komisi beranggotakan
 1. Sjamsuddin Sutan Makmur (harian Rakjat, Jakarta),
 2. B.M. Diah (Merdeka, Jakarta),
 3. Abdul Rachmat Nasution (kantor berita Antara, Jakarta),
 4. Ronggodanukusumo (Suara Rakjat, Modjokerto),
 5. Mohammad Kurdie (Suara Merdeka, Tasikmalaya),
 6. Bambang Suprpto (Pengahela Rakjat, Magelang),
 7. Sudjono (Berdjuang, Malang), dan
 8. Suprijo Djojopadmo (Kedaulatan Rakjat, Yogyakarta).

Kemerdekaan Indonesia mendorong makin pesatnya perkembangan pers di Indonesia. Pemerintah Indonesia mendirikan Radio Republik Indonesia sebagai media penyiaran. Menjelang penyelenggaraan Asian Games IV, Pemerintah Indonesia memasukkan

proyek televisi. Sejak tahun 1962, Televisi Republik Indonesia muncul dengan teknologi layar hitam putih.

Pada 1 Oktober 1965, Panglima Daerah Militer Jakarta Raya, Jenderal Umar Wirahadikusumah, mengizinkan dua harian ABRI untuk terbitan, yaitu harian *Berita Yudha* pimpinan Kepala Pusat Penerangan AD Ibnusubroto bersama wartawan asal harian *Berita Indonesia* dipimpin S.H. Wibowo dan *Angkatan Bersenjata* yang dipimpin Kepala Pusat Penerangan ABRI Sugandhi. Terbit juga harian *Duta Masyarakat* pimpinan H. Mahbub Djunaedi dan *Duta Revolusi* (keduanya media NU), *Kompas* pimpinan PK Ojong dan Jakob Oetama (didukung Partai Katolik), dan *Sinar Harapan* pimpinan JCT Simorangkir, H.G. Rorimpandey, dll. (didukung Parkindo). Para wartawan harian *Merdeka* memperoleh izin menerbitkan surat kabar *API* dengan berafiliasi pada partai IPKI (tetapi akhir November 1965 Departemen Penerangan mencabut izin terbitnya). Harian-harian baru antara lain adalah Harian *Kami* pimpinan Nono Anwar Makarim dan Zulharmans, *Karya Bakti* pimpinan Syech Marhaban. Kantor Berita Nasional Indonesia (KNI) yang baru juga mulai berkiprah. *Merdeka* pimpinan B.M. Diah, *Indonesian Observer* pimpinan Herawati Diah, Soetomo Satiman dan Tribuana Said dan *Berita Indonesia* pimpinan Soemantoro diterbitkan kembali, ditambah koran-koran baru seperti *Suluh Marhaen* pimpinan Manai Sophiaan, harian *Berita Djajakarta*, *Operasi* pimpinan Bachtiar Djamily, mingguan *Populer* pimpinan T. Yousli Syah yang kemudian menerbitkan harian *Media Indonesia* (terakhir dipimpin Surya Paloh).

Di Surabaya, terbit lagi harian *Surabaya Post* pimpinan A. Azis, *Djatwa Post* pimpinan S. Tedjo, *Suara Rakyat* pimpinan Suprpto. Di Ujung Pandang tercatat surat kabar *Pedoman Rakyat* pimpinan L.E. Manuhua, di Semarang terbit kembali *Suara Merdeka* pimpinan Hetami, di Yogyakarta *Kedaulatan Rakyat* pimpinan Samawi dan M. Wonohito (sebelumnya sempat bernama Dwikora). Di Medan, penerbit *Waspada* mendirikan Harian *Kesatuan* pimpinan Ani Idrus sebelum kembali menerbitkan *Waspada*. Juga terbit *Mimbar Umum* pimpinan Arif Lubis dan koran baru *Proklamasi* pimpinan T.D. Pardede. Di Bandung, Sakti Alamsjah dan Atang Ruswita menerbitkan kembali *Pikiran Rakyat*. Ini adalah sebagian kecil dari penerbitan pers yang tumbuh antara 1966 dan 1982. Pada tahun 1966 terdaftar sebanyak 130 penerbitan pers. Pada tahun 1982 jumlah harian turun menjadi 95, sedangkan yang mampu terbit sesuai ketentuan perizinan hanya 51 harian. Menjelang akhir Orde Baru terdaftar sebanyak 71 harian.

c. Era Orde Baru

Pada awal Orde Bary (1970-an) pers di Indonesia melahirkan model jurnalisme pembangunan (*development journalism*) yang berdasarkan Pancasila atau dikenal juga sebagai Jurnalisme Pancasila atau Pers Pancasila. Pers bertugas di antaranya menjaga stabilitas, kesatuan bangsa dan dukungan aktif dalam proses pembangunan. Tugas itu merupakan tuntutan semua pers yang ada di Indonesia. Pemerintah Indonesia, yang dikuasai oleh Golkar dan ABRI ikut memformat kebebasan pers, bahkan sensor isi media juga merupakan bagian dari kewenangan mereka. Pers pada jaman ini yang mendukung pada program pembangunan dan harus memegang prinsip bebas dan bertanggung jawab. Walaupun realitasnya kehidupan pers sangat bergantung pada kehendak pemerintahan. Jika terdapat pers yang melenceng dari kebijakan pemerintah, maka pemerintah mengambil tindakan yang sangat keras dengan melakukan pembredelan, seperti yang menimpa Harian Indonesia Raya (1974) dan majalah Tempo, DeTik dan Editor (1994). Pembredelan bagi pers adalah ditariknya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang diberikan oleh Departemen Penerangan.

Selain metode yang represif, budaya telepon pun menjadi hambatan kebebasan pers. Jika terdapat berita “panas” yang menyangkut pemerintah, tidak jarang pemerintah, melalui Departemen Penerangan atau lembaga lainnya menepon redaksi untuk menghentikan berita tersebut. Bahkan, kalau coba-coba redaksi atau wartawan memaksa untuk memberitakan, maka redaksi atau wartawan tersebut berada dalam ancaman.

Secara organisatoris para wartawan pun diatur secara ketat. Sejak tahun 1969 mereka diwajibkan untuk menjadi anggota PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), yang pengurusnya diwakili tidak hanya oleh para wartawan yang setia pada pemerintah dan para petinggi militer (Hill 1995: 67). Hanya PWI yang berhak mengeluarkan kartu pers. Pemecatan sebagai anggota PWI berarti juga secara *de facto* larangan untuk bekerja sebagai wartawan. Kenyataan bahwa Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) didirikan dengan dukungan PWI dan bahwa sebagian besar orang-orang yang sama duduk dalam kepengurusannya, menunjukkan karakter elit PWI dan menjadikan penyatuan keduanya sebagai “kembar siam” (Hill 1995: 74).

Dewan Pers yang ada pada saat itu memiliki tugas resmi sebagai jembatan antara pemerintah dan kalangan media. Mereka harus memberi masukan politik dalam proses pemberian SIUPP. Dewan Pers didirikan tahun 1967 melalui peraturan presiden telah menunjukkan bahwa

lembaga itu lebih ditujukan sebagai alat pemerintah dan bukanlah lembaga yang memungkinkan terjadinya *selfcontrol*. Dewan Pers diketuai oleh Menteri Penerangan, anggotanya pejabat dinas intelijen dan pejabat departemen (Hill 1995: 65).

Tahun 1980-an berdirilah sejumlah televisi swasta, seperti, RCTI (1987) SCTV (1989), TPI (1990), Antevision (1993), Indosiar, Lativi yang sekarang menjadi Trans-7, Trans TV, dan yang lainnya. Termasuk juga berkembangnya TV-TV lokal yang hadir di setiap provinsi, bahkan di kabupaten/kota.

Pers memang tidak dapat melepaskan diri dari keterikatan dengan organisasi yang bernama negara. Oleh karena itu, eksistensi pers banyak dipengaruhi, bahkan ditentukan oleh falsafah dan sistem politik negara tempat pers itu hidup. Peranan pers sangat ditentukan oleh sistem politik tempat media massa itu berkembang. Hasil kajian empirik yang dilakukan Smith (1983) tentang kehidupan pers di Indonesia pada era Orde Baru. Menurutnya, eksistensi dan kehidupan pers Indonesia sangat ditentukan oleh kekuasaan.

Pada era Orde Baru, ketergantungan pers nasional terhadap sistem politik tercermin dari munculnya kewajiban pers nasional (Indonesia) yang berawal diatur dalam UU No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers. Menurut ketentuan tersebut, pers nasional memiliki lima kewajiban, yakni, 1) mempertahankan, membela, mendukung, dan melaksanakan Pancasila dan UUD 1945 secara murni dan konsekuen. 2) memperjuangkan pelaksanaan Amanat Penderitaan Rakyat berlandaskan demokrasi Pancasila. 3) memperjuangkan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers, 4) membina persatuan dan kekuatan-kekuatan progresif revolusioner dalam perjuangan menentang imperialisme, komunisme, dan fasisme-diktatur, dan 5) menjadi penyalur pendapat umum yang konstruktif dan progresif revolusioner.

Ketergantungan sistem pers Indonesia terhadap sistem politik tersebut terus berlanjut kendati undang-undang yang mengatur kehidupan pers berubah. Di dalam UU No. 21 Tahun 1982 perubahan dari UU No. 11 Tahun 1966, ketergantungan sistem pers terhadap sistem politik tetap tampak dari tugas dan kewajiban pers nasional dalam melestarikan dan memasyarakatkan Pancasila, disamping memperjuangkan pelaksanaan amanat penderitaan rakyat serta memperjuangkan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers yang bertanggung jawab dan menggelorakan semangat pengabdian dan memperkokoh persatuan dan kesatuan.

Kemudian, ketergantungan itu berimplikasi pada pembinaan pribadi wartawan. Pembinaan wartawan dipengaruhi oleh garis ideologi yang dianut sistem politik seperti tampak dalam *Kepribadian Wartawan Indonesia* sebagaimana dinyatakan dalam Kode Etik Jurnalistik. Selain itu, wartawan Indonesia harus memiliki kepribadian yang bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, bersifat kesatria, menjunjung tinggi hak-hak azasi manusia, dan berjuang untuk emansipasi bangsa dalam segala lapangan. Wartawan Indonesia pun dituntut untuk menampilkan kepribadian yang berjiwa Pancasila dan taat pada Undang-Undang Dasar 1945.

Pembelengguan seperti itu menampakkan bahwa ketergantungan sistem pers pada sistem politik secara berlebihan dapat berakibat tidak baik terhadap pilihan jenis dan kandungan materi berita. Berita yang disajikan dapat dipastikan sulit keluar dari kerangka ideologis dan kebijakan yang digariskan pemegang kekuasaan. Jika menyimpang, berbagai kemungkinan kurang menguntungkan akan menimpa kehidupan pers tersebut, misalnya, mendapat teguran keras, gugatan melalui pengadilan atau kalau pada masa Orde Baru terjadi pembredelan, seperti yang menimpa *Majalah Sastra* tahun 1968, *Harian Sinar Indonesia Baru* 1976, *Majalah Monitor* 1991 dan yang terakhir menimpa *Majalah Tempo*.

e. Era Reformasi

Krisis ekonomi di Asia pada tahun 1997 bertindak sebagai katalisator bag berakhirnya kekuasaan politik Orde Baru. Berbulan-bulan presiden harus menghadapi protes, terutama berakar dari kalangan mahasiswa, yang puncaknya terjadi di Jakarta yang dikenal dengan peristiwa berdarah terhadap kaum minoritas keturunan Cina yang selama ini dianggap mendapat keistimewaan. Selain lengsernya rezim Orde Baru, para demonstran menuntut pelaksanaan demokrasi, seperti kebebasan pers dan kebebasan serikat pekerja.

Setelah kerusuhan Mei 1998, akhirnya Presiden Suharto mundur dari jabatannya. Sampai Pemilu 1999 Indonesia dipimpin oleh B.J. Habibie, yang sebelumnya menjabat wakil presiden. Saat itulah pemberian SIUPP mulai lebih mudah. Bahkan, tahun 1999 dikeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 yang mengakhiri kewajiban memiliki SIUPP dan setahun kemudian, pada masa Pemerintahan Presiden KH. Abdurrahman Wahid Departemen Penerangan dibubarkan.

Namun sayang, pada masa reformasi itu, nasib media massa nasional pun tidak beranjak lebih baik. Kendati telah diadakan perubahan peraturan dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 40 tahun 1999. Bahkan, dapat diindikasikan kondisi media massa nasional di era reformasi lebih buruk. Krisis multidimensional yang mendera Republik

ini sangat berpengaruh besar pada nasib media massa nasional. Krisis yang terjadi di Indonesia sejak lebih kurang tahun 1997-an, juga ikut mencabik-cabik kondisi media massa nasional. Kendati krisis yang menimpa media massa nasional ini nampaknya dimulai dari secercah harapan kebebasan, tetapi realitas membuktikan kondisi media massa nasional masa ini malah semakin memburuk.

Kebijakan-kebijakan pemerintah yang nampaknya banyak berpihak pada upaya pembebasan pers dari belenggu kekuasaan, seperti, pembebasan SIUPP, pembebasan organisasi wartawan, dan lain sebagainya, tampaknya berujung pada ikut terseretnya media massa nasional pada berbagai krisis. Krisis pers nasional masa kini tak jauh berbeda dari krisis yang mendera bangsa dan negara ini. Semua krisis tersebut bermuara pada krisis kepercayaan dan krisis akhlak (moral).

Pers nasional yang dalam definisi sebenarnya, mencakup seluruh media massa, baik media elektronik maupun media cetak, telah terjebak pada kubangan krisis. Kekuatan yang bersumber dari kebebasan yang diberikan pemerintah pada era reformasi, disikapi oleh sejumlah insan pers nasional dalam arogansi kebablasan. Inilah yang mendorong surutnya kepercayaan masyarakat terhadap media massa nasional.

Berbagai kebijakan pembebasan yang diberikan pemerintah dimanipulasikan oleh sebagian insan pers dalam *frame* pesta pora. Kearifan dan kedewasaan insan pers nasional yang diharapkan pemerintah dan masyarakat dalam menyikapi kebijakan kebebasan tidak menjelma. Sebagian insan pers yang didorong dengan lahirnya insan pers-insan pers “karbitan”, telah bersikap kekanak-kanakan. Mereka menyikapi kebebasan dengan *euphoria* kebablasan. Inilah yang mengakibatkan meningkatnya kuantitas perusahaan media massa di Tanah Air tidak diimbangi dengan kenaikan kualitas insan pers.

Mereka yang tidak menyadari bahwa dunia media massa bukan sekedar perhitungan untung rugi. Siapapun yang menjadi insan pers tidak dapat hanya beracuan pada *frame* demi keuntungan finansial. Namun, dunia pers adalah dunia yang penuh dengan idealisme. Pers tanpa idealisme, dalam arti kata hanya mengejar keuntungan finansial, tidak bedanya dengan perusahaan rokok kretek, perusahaan teh botol, perusahaan gula-gula, dan sejenisnya. Perusahaan semacam itu tidak berhak menamakan dirinya pers.

Keseimbangan sikap dalam mensejajarkan idealisme dan keuntungan finansial tak dapat ditolak harus menjadi acuan gerak langkah insan pers. Ini disebabkan oleh sifat pekerjaan mengelola media massa yang ideal-komersial. Jika lebih mengedepankan sisi ideal, media massa tidak akan hidup lama. Sebaliknya, jika mengutamakan sisi

komersial, lembaga itu tidak layak lagi diberi predikat pers. (Effendy,2001).

Pers yang idealis adalah pers yang benar-benar melaksanakan tugasnya dengan *membenarkan yang benar dan menyalahkan yang salah*. Kendati kebenaran ataupun kesalahan itu bersifat relatif, setidaknya pers selalu berpegang teguh pada aturan yang berlaku di lingkungan media massa itu berada. Hal itu mengandung arti bahwa pers yang memiliki idealisme tidak berarti harus menentang pemerintah untuk membela masyarakat. Dalam konteks pemerintah pada posisi yang salah, penentangan dan pembelaan tersebut dapat dilakukan. Namun, jika ternyata pemerintah yang benar, bukan hal yang salah jika justru pers harus membela pemerintah dan meluruskan prasangka masyarakat.

Hal itulah yang mendorong sejumlah pihak menyimpulkan bahwa pers adalah kekuasaan keempat (*fourth estate*) dalam suatu negara yang menganut sistem pemerintahan pemisahan kekuasaan seperti Amerika atau pembagian kekuasaan, seperti Indonesia. Pers adalah kekuasaan mandiri, setelah Legislatif, Eksekutif, dan Yudikatif.

Karena porsinya sebagai penguasa keempat inilah, sehingga pers dimanipestasikan oleh banyak pihak, baik masyarakat maupun Legislatif, Eksekutif, dan Yudikatif, dalam *frame* ketakutan. Oleh karena itu, banyak penguasa kuat pun mengakui lebih ketakutan berhadapan dengan pers ketimbang dengan "hantu-hantu" lainnya. Napoleon Bonaparte mengakui, ia lebih takut pada empat surat kabar yang terbit di Paris daripada seratus serdadu dengan senapan bersangkur terhunus. Hal itu terjadi karena daya persuasi pers sangat kuat dan pengaruhnya sangat besar terhadap masyarakat.

Ketakutan masyarakat dan pemerintah inilah yang kadang dijadikan batu loncatan bagi oknum-oknum insan pers untuk bernakal ria. Bahkan, kebebasan yang diberikan pemerintah menjelang dan pasca kejatuhan Soeharto pun diindikasikan sebagai manipestasi ketakutan pemerintah terhadap pers. Peraturan yang berbau kebebasan yang dilahirkan pemerintah selama ini adalah respon dari tuntutan menggeliatnya pers. Sayang, peraturan tersebut tidak diikuti dengan jaring-jaring pengaman yang dapat menyelamatkan nasib pers nasional dari kebablasan. Pada akhirnya, kebijakan pemerintah yang tadinya dimaknai sebagai respon positif bagi perbaikan kehidupan per nasional, malah menjadi ranjau-ranjau bunuh diri.

Inilah yang memunculkan simpulan nasib media massa nasional masa ini berada di ujung tanduk. Kebijakan-kebijakan pemerintah dalam upaya pemberian kebebasan pada pers, akhirnya menjadi bumerang bagi kehidupan media massa.

Kebijakan pembebasan SIUPP bagi penerbitan pers, dari sisi kuantitas memicu lahirnya media massa baru yang tentu menelorkan pula insan pers-insan pers baru. Karena tanpa jaring-jaring pengaman, mereka lahir begitu saja, bertelur begitu saja, dan mati begitu saja. Hal ini kentara sekali menimpa media cetak di Tanah Air.

Menurut catatan Happy Bone Zulkarnaen (2002)³, pada tahun-tahun awal pembebasan SIUPP, jumlah penerbitan pers (media cetak) mencapai 1.600, tetapi tiga tahun kemudian turun dratis; yang tinggal tidak lebih dari 300. Sementara itu, Noor Achirul Layla (2002) mencatat pada tahun 1998 jumlah media cetak di Indonesia sekitar 200, tiga tahun kemudian jumlahnya melipat hingga delapan kali lipat atau lebih kurang 1.600 buah. Namun, empat tahun kemudian tinggal 800 buah.

Melipatnya kelahiran media cetak, tentu menelorkan insan pers yang jauh lebih besar. Bila pada masa Orde Baru jumlah wartawan hanya mencapai angka 6.000 orang, pada era reformasi jumlahnya berlipat-lipat. Majalah Pantau (majalah khusus tentang media massa dan jurnalisme di Indonesia) memperkirakan jumlah wartawan media cetak pada tahun 2002 mencapai lebih dari 12.000 orang dan perkiraan PWI Pusat sekitar 20.000 orang

Hal serupa terjadi juga pada media elektronik. Televisi, sebelum tahun 1998 hanya mencapai 6 stasiun nasional, kini jumlahnya bertambah menjadi puluhan stasiun, belum termasuk televisi daerah yang termasuk dalam kategori *provincial tv* seperti, JTV di Jawa Timur, Papua TV, TV Bandung, STV, Chanel TV, PJTV, MQTV dan sebagainya. Jumlah radio pun meningkat pesat, dari sekitar 700 radio sebelum tahun 1998 kemudian berlipat menjadi lebih dari seribu stasiun radio hidup di Tanah Air.

Sayangnya, pesatnya kuantitas media massa tersebut tidak imbangi dengan pesatnya kualitas para insan pers. Padahal insan pers adalah nakoda materi pemberitaan bagi kandungan isi pesan media massa. Dalam konteks inilah, diperlukan insan pers yang “mumpuni”. Mereka harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan perusahaan pers, sehingga dari sisi finansial menguntungkan, dengan tidak mengorbankan idealisme.

Menjamurnya media massa pada pasca pembebasan SIUPP, tetapi diikuti dengan bergelimpangnya media massa yang mati, dapat dijadikan bukti bahwa banyak insan pers yang tidak mampu untuk mengelola media massa. Mereka mendirikan media massa hanya terdorong *euphoria aji mungpung*; mungpun tidak perlu SIUPP. Karena

kalau menengok ke masa lalu, SIUPP dapat bernilai milyaran rupiah. Ada juga media massa yang berusaha bertahan; dalam kondisi kembang-kempis; tempo terbit-tempo tidak. Tak sedikit pula media massa yang dapat bertahan hidup, tetapi rela mengorbankan idealisme. Mereka hidup bergantung dari partisan pihak-pihak yang memanfaatkan kekuatan pers, sehingga indikasi pers penghianat yang memutarbalikan idealisme dengan membuat pemberitaan yang **membenarkan yang salah dan menyalahkan yang benar** mungkin saja terjadi.

Inilah yang memunculkan sosok insan pers (wartawan) dalam potret menakutkan. Dari satu sisi pers memang memiliki kekuatan dengan posisi menjadi penguasa keempat dan di sisi lain pers pun dapat menjadi penyebar isu, gosip, bahkan fitnah. Oleh karena itu, makna ketakutan yang dimiliki masyarakat dan pemerintah pun tidak lagi dalam konteks ketakutan yang murni; karena mereka mempunyai kesalahan. Masyarakat atau siapa saja yang tidak bersalah pun akan didera rasa takut jika didatangi insan pers.

Itu semua bermuara dari kualitas insan pers dalam menyajikan isi pemberitaan. Kualitas di sini tidak hanya dalam konteks keterampilan dalam menyajikan berita, tetapi kualitas akhlak (moral) insan pers. Banyaknya pemberitaan yang bertolak belakang dengan peristiwa yang sebenarnya, banyaknya *komplain* dari nara sumber karena mereka tidak merasa memberikan pernyataan seperti yang ditulis, banyaknya ilmuwan yang tidak mau diwawancara, banyaknya pemberitaan yang hanya mengandalkan penginderaan, dan lain sebagainya adalah bukti bahwa insan pers tidak memiliki keterampilan yang cukup.

Makin banyaknya WTS (wartawan tanpa surat kabar), tak sedikitnya kasus pemerasan yang dilakukan oknum wartawan, banyaknya pemberitaan yang menyudutkan salah satu pihak, makin suburnya budaya amplop, makin kentalnya nepotisme negatif antara wartawan dan pihak tertentu, munculnya profesi baru: oknum wartawan merangkap calo, dan kasus-kasus negatif lainnya, dapat diindikasikan makin merosotnya moral wartawan.

Rendahnya kualitas sebagian besar insan pers masa kini, baik dari sisi keterampilan maupun akhlak, pada *euphoria* pers nasional masa kini sangat dimungkinkan. Dengan pembebasan SIUPP, pemerintah tidak melakukan proses seleksi pendirian media massa, baik dari sisi kelayakan usaha maupun dari sisi kelayakan pengelola. Tarman Azam (2010)⁴ pun pernah mengakui bahwa ada juga sopir angkot (maaf) jadi pemimpin redaksi. Hal itu sangat memungkinkan *freeman*, calo, atau orang berprofesi

apa saja yang tidak mempunyai kelayakan akademik dan keterampilan cukup dapat menjadi insan pers (wartawan). Inilah yang mendorong lunturnya kepercayaan masyarakat pada media massa.

f. Era Pemilu Langsung

Era Pemilu secara langsung, pada satu sisi makin menempatkan media massa pada posisi yang sangat penting. Dalam konteks politik, Indonesia pada era ini telah mengalami perubahan kehidupan demokrasi menuju pada era serba langsung, terutama dalam pemilihan pimpinan, baik pemimpin nasional maupun pemimpin daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dalam beberapa tahun ke belakang diangkat oleh pemerintah pusat, kemudian dipilih oleh anggota DPRD, pada era ini harus melalui pemilihan langsung oleh seluruh rakyat daerah.

Salah satu lini masyarakat yang memiliki peran penting dalam setiap tahapan pemilihan kepala daerah secara langsung adalah media massa. Media massa dapat bertindak sebagai penonton, suporter, bahkan juga menjadi wasit. Dalam konteks inilah, sehingga wajar saja muncul persepsi dan indikasi bahwa media massa menjadi salah satu sumber inspirasi terjadinya konflik dalam beberapa even pemilihan kepala daerah langsung di Republik ini.

Kendati, pada ketentuan tentang Pemilukada Langsung media massa hanya berperan pada sisi tahap kampanye, tetapi realitasnya semua tahap tidak terlepas dari kesertaan peran media massa.

Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005, pada Pasal 59 disebutkan : (1) Media cetak dan media elektronik memberikan kesempatan yang sama kepada pasangan calon untuk menyampaikan tema dan materi kampanye; (2) Media cetak dan media elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memberikan kesempatan yang sama kepada pasangan calon untuk memasang iklan pemilihan dalam rangka kampanye. Padahal, realitasnya media massa tidak hanya terlibat dalam kampanye, tetapi dalam semua tahapan pelaksanaan Pemilukada.

Dalam *positive frame* sesuai dengan empat fungsi media; memberikan informasi, sarana edukasi, alat hiburan, serta kontrol sosial, media massa dapat berbuat banyak dalam ikut serta menyukseskan Pemilukada, misalnya, berperan sebagai alat sosialisasi politik dan pendidikan politik bagi KPU dan pemegang regulasi Pemilukada lainnya, sehingga semua program dan kebijakan dapat sampai ke masyarakat dengan cepat dan jelas.

Namun dalam *negative frame*, media massa juga dapat menjadi alat pemicu bagi makin memanasnya situasi politik. Dengan fakta dan opininya, dapat menjadi sumber "malapetaka" bagi pelaksanaan

Pemilukada. Termasuk terjadinya konflik, baik konflik vertikal maupun konflik horizontal, dapat terjadi karena pemberitaan di media massa. Oleh karena itu, wajar jika banyak elemen masyarakat, termasuk para pemegang regulasi PemiluKada sering mendeskriditkan media massa sebagai salah satu pemicu konflik.

Tuduhan tersebut bukan tidak beralasan karena media massa, di belahan bumi manapun, sangat berperan penting dalam mengendalikan dan mengelola ketegangan sosial yang terjadi di masyarakat. Patterson (1997) mengkategorikan bahwa konflik bagi media massa tak ubahnya sebagai ideologi, sebuah ideologi komoditas dan dagang. Kontroversi dan konflik sering dilihat sebagai issue-isue politik yang nyata bagi para wartawan. Media massa menjadi bagian penting yang turut serta memperluas (*enlarging* atau *widening*), termasuk *intensifying* suasana konflik.

Apalagi angin *euforia* kebebasan media massa di Republik Indonesia masih berhembus, sehingga media massa dapat menyodorkan berita atau opini apa saja yang mereka mau dan menurut mereka layak dibaca; layak dijual.

Sisi lain, terutama para calon dan tim suksesnya, sedang jor-joran mengekspos "kebaikan" dirinya dan mungkin juga mengekspos "kejelekan" calon lain. Kondisi itu, merupakan makanan empuk bagi media massa dan dapat disajikan dengan gamblang kepada masyarakat, sehingga sangat memungkinkan menjadi kipas pemicu kebencian di antara calon yang mendorong lahirnya konflik horizontal.

Apalagi, kita mengenal media partisipan, yang jelas-jelas hidup bersandar pada pihak-pihak yang memformatnya, membiayainya atau mensponsorinya, sehingga prinsip yang dipegangnya tidak lagi objektivitas. Menurut McQuail (2000), media dikategorikan objektif setidaknya mengandung faktualitas dan imparsialitas. Faktualitas berarti kebenaran yang di dalamnya memuat akurasi (tepat dan cermat) dan mengaitkan sesuatu yang relevan untuk diberitakan (relevansi), sedangkan imparsialitas mensyaratkan adanya keseimbangan (*balance*) dan kenetralan dalam mengungkapkan sesuatu.

Media partisipan jelas mengabaikan aspek imparsialitas karena memiliki prinsip subjektivitas yang objektif, yakni media massa memberikan fakta-fakta yang terjadi (objektif), tetapi membela salah satu pihak yang sedang diberitakan.

Kecenderungan ini nyaris mewarnai setiap kebijakan media massa. Bahkan, koran sebesar New York Times (NYT) yang sudah berusia ratusan tahun dan mengawal 20 Presiden Amerika Serikat tidak terlepas dari kepentingan tersebut. Bahkan, Noam Chomsky pernah menulis

bahwa cara pandang koran itu sangat elitis dan sangat menekankan kepentingan AS dalam melihat negara dunia ketiga (Haryanto, 2006).

Dalam perkembangan kehidupan politik Indonesia, media massa partisipan sempat menjamur pada Pemilu 1999 dan 2004 dengan ditandai lahirnya sejumlah surat kabar yang didirikan oleh partai politik. Mereka menjadi corong partai politik, sehingga memberikan kontribusi pada menurunnya kepercayaan masyarakat atas objektivitas media massa.

Pada era Pemilu 2004 langsung pun, potensi lahirnya media partisipan cukup berpeluang. Para calon dapat saja membuat media massa baru atau menunggangi media massa yang ada dengan berbagai komitmen, sehingga nilai-nilai objektivitas media terancam. Apalagi realitasnya, banyak media massa lokal lahir tidak diimbangi dengan sumber daya manusia dan sumber daya keuangan yang memadai, sehingga mereka rentan untuk berpihak pada siapa saja yang memiliki kemampuan ekonomi.

Padahal hal itu kontraproduktif dengan kebebasan pers yang ideal yang seharusnya berdampak pada percepatan demokratisasi. Sejatinya, media massa memiliki komitmen kuat untuk menjadi salah satu pilar demokrasi yang berfungsi sebagai pengontrol bergulirnya roda kekuasaan. Fungsi kontrol merupakan salah satu hal yang mutlak harus ada dalam sebuah sistem demokrasi. Dengan peran yang demikian beratnya, media massa harus menghindari dari intervensi kepentingan, bahkan harus menjadi solusi atas berbagai benturan kepentingan. Media massa harus bersikap adil, seimbang, dan bebas dari kepentingan pihak manapun.

Sementara itu, KPU (D) sebagai pemegang otoritas pelaksanaan Pemilu, termasuk Pemerintah Daerah dan DPRD, tidak memiliki akses langsung terhadap media massa kaitannya dengan pelaksanaan Pemilu. Oleh karena itu, mereka tidak dapat berbuat banyak dalam menghadapi besarnya peran media massa.

D. Fungsi dan Peranan Pers

Lembaga apapun yang lahir di dunia ini akan memberikan manfaat bagi kehidupan manusia. Secara hakiki, Allah Swt tidak akan menciptakan sesuatu apapun di dunia ini kecuali ada manfaatnya, terutama bagi kehidupan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi ini. Terlebih sesuatu atau lembaga itu memang dilahirkan atas "kehendak" manusia, dipastikan akan memiliki latar belakang yang berkait erat dengan upaya pemenuhan kebutuhan manusia. Dalam konteks kehidupan dunia, manusia memang diberikan keleluasaan dan kekuatan oleh Allah Swt untuk melakukan kreativitas apapun yang dipandang

dibutuhkan guna keberlangsungan hidup manusia. Dalam proses pemenuhan kebutuhan dengan berupaya mengakali realitas alam, manusia diberikan pedoman berupa *nash-nash* dalam kitab yang dalam agama Islam yakni Al-Qur'an.

Pers adalah sebuah lembaga. Setidaknya, definisi sederhana ini disepakati oleh Bangsa Indonesia dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 yang sudah meluas diakui juga oleh kalangan insan pers dan para ilmuwan komunikasi. Sebagai sebuah lembaga, pers harus memberikan manfaat terhadap kehidupan manusia. Manfaat ini terjewantahkan dalam bentuk fungsi-fungsi pers dan peranan pers dalam kehidupan manusia. Pers yang akan memberikan manfaat adalah pers yang dapat menjalankan fungsi dan peranannya dengan baik. Dengan fungsi dan peranannya, pers memberikan kontribusi bagi perkembangan kehidupan manusia.

1. Fungsi Pers

Para ilmuwan komunikasi dan insan pers sudah banyak memberikan referensi tentang fungsi pers, baik dalam buku, makalah, jurnal, maupun barang cetakan lainnya. Pendapat mereka tentang fungsi pers bervariasi, dari mulai yang banyak kesamaan sampai terdapat perbedaan yang tajam. Namun, yang pasti sudah banyak ilmuwan komunikasi dan insan pers yang memberikan kontribusi positif melalui pemikiran mereka untuk mengungkap fungsi pers dengan berbagai *frame*. Mereka menyodorkan fungsi pers berkait dengan hasil pengembangan ilmu, baik melalui hasil studi dokumentasi atau hasil penelitian. Bahkan, banyak juga insan pers yang mengungkapkan fungsi pers berdasarkan pengalaman empirikal mereka. Kiprah mereka bertahun-tahun di dunia pers telah memberikan cakrawala berpikir tentang fungsi pers.

Jika disebut satu per satu, siapa mencetuskan apa tentang fungsi pers cukup sulit karena sudah banyaknya referensi; sangat banyaknya ilmuwan komunikasi dan insan pers yang mengungkapkan pemikirannya tentang fungsi pers. Namun, ketika bicara pers fungsi pers tetap merupakan bagian yang harus dibicarakan karena fungsi menunjukkan eksistensi ideal sebuah lembaga. Fungsi pun dapat menjadi parameter bagi evaluasi tingkat keberhasilan sebuah lembaga. Oleh karena itu, dalam buku ini pun akan dibahas tentang fungsi pers dalam berbagai perspektif, baik dalam *frame* ilmu komunikasi maupun realitas praktis di lapangan. Secara universal, terdapat empat fungsi utama pers. Disebut universal karena keempat fungsi ini dapat ditemukan pada setiap negara di dunia. Keempat fungsi pers tersebut, yakni:

1. Fungsi Informatif (*to inform*)

Fungsi pertama pers adalah fungsi informatif, yaitu memberikan

informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Pers menghimpun berita yang dianggap berguna dan penting bagi orang banyak, kemudian menuliskannya dalam kata-kata, dan menyebarkannya ke publik. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita, yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis, dan syarat berita yang baik lainnya. Dalam prinsip jurnalistik, syarat utama berita tersebut sering dirumuskan dalam 5W+1H (what, who, where, when, why, dan how). Sebuah berita atau informasi dianggap lengkap jika keenam pertanyaan tersebut sudah terjawab dengan komplit.

Dulu, fungsi informatif ini sangat lekat dengan media cetak, terutama *surat kabar*. Pelabelan *surat kabar* pun sudah bermakna simbolik. Dalam konteks Bahasa Indonesia, *surat kabar* adalah kata majemuk yang masih menunjukkan pertalian makna dengan makna asalnya. Oleh karena itu, sebagian pemahaman menganggap *surat kabar* bukan kata majemuk, tetapi frasa karena masing-masing kata masih mempertahankan makna aslinya. Namun, ketika *surat kabar* dimaknai *koran*, maka jadilah kata mejemuk.

Surat bermakna bacaan alat untuk menyampaikan isi hati, termasuk informasi dalam bentuk tertulis dan kabar bermakna informasi, sehingga surat kabar menguatkan makna bahwa penyampai informasi dalam bentuk tertulis. Oleh karena itu, fungsi informatif sangat lekat dengan surat kabar.

Namun, pada era tahun 90-an, fungsi informatif ini ternyata tidak hanya ditunjukkan oleh surat kabar atau lebih luas media cetak, tetapi media elektronik pun ikut serta mewarnai acaranya dengan *news*. Tahun 70-an, bahkan tahun 80-an, radio dan televisi, jangan sekali menyampaikan berita. Andaikan berita disiarkan, waktunya sangat terbatas dan sering merupakan siaran wajib dari pemerintah yang rutin disiarkan sejam sekali, sehingga siaran berita di radio atau televisi sering dianggap sebagai petanda menunjukkan waktu. Namun, sekarang ini, fungsi informatif pun menjadi bagian penting dalam eksistensi media elektronik. Hal itu dibuktikan dengan lahirnya televisi yang bervisi menyiarkan informasi, seperti Metro TV dan TV One. Bahkan, internet pun merupakan salah satu media elektronik yang fungsi unggulannya menyajikan informasi secara *online*.

2. Fungsi mendidik (*to educate*)

Dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar, atau penonton. Dalam konteks ini,

fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam mengembangkan khazanah ilmu dan pengetahuan. Informasi yang disebarkan pers sejatinya memberikan dampak positif, baik pada ranah kognitif, afektif, maupun psikomotorik pembaca, pendengar, dan penonton. Dengan fungsi ini pula, pers harus dapat berperan sebagai guru yang memberikan pencerahan terhadap muridnya (pembaca, pendengar, penonton). Pers setiap hari melaporkan berita, memberikan tinjauan atau analisis atas berbagai peristiwa dan kecenderungan yang terjadi, serta ikut berperan dalam mewariskan nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar nasional, dan kandungan budaya lokal dari satu generasi ke generasi berikutnya secara estafet.

Kendati pun fungsi ideal pers sebagai “guru” ini sulit sekali untuk menjelma. Untuk memuat atau menyiarkan berita yang secara tersurat bernuansa pendidikan, tampaknya pers sulit memberikan tempat. Apalagi di siaran radio atau televisi yang notabene didominasi siaran hiburan, acara-acara pendidikan sulit dicari. Televisi yang sempat komit terhadap pendidikan dengan label pendidikan pun sulit untuk beranjak maju, bahkan akhirnya mengubah nama.

Nuansa pendidikan yang disajikan secara tersirat melalui informasi-informasi yang mencerdaskan pun sangat diragukan tingkat efektivitasnya. Justru yang menonjol, pada era globalisasi ini adalah pengaruh negatifnya. Tidak jarang surat kabar, majalah, radio, televisi justru memberikan “pendidikan” yang menyesatkan, bahkan menjerumuskan bagi pembaca, pendengar, atau penontonnya. Sudah panjang tinta sejarah menggoreskan realitas tindak kejahatan, amoral, asusila, dan tindakan negatif lainnya yang terbukti dipicu oleh pemberitaan di media massa.

3. Rekreasi/Penghibur (*to entertain*)

Fungsi ketiga dari pers adalah sebagai sarana hiburan atau rekreasi. Fungsi ini lebih lekat pada media elektronik: radio dan televisi. Bahkan, sebelum hadirnya televisi dan radio yang bervisi *news*, fungsi menghibur merupakan fungsi utama. Walaupun begitu, bagi sebagian media besar elektronik, sampai saat ini fungsi menghibur masih tetap merupakan fungsi yang dominan. Bahkan, kalau dipersentasekan sebagian besar televisi dan radio menjalankan fungsi hiburannya di atas 80 persen dari 100% acara yang mereka tayangkan. Fungsi ini memang mengamanatkan pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus yang menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat, khususnya bagi pembaca, pendengar atau penontonnya. Di media cetak, fungsi menghibur ini pun dilakukan dengan memuat kisah-kisah dunia, baik yang nyata dalam bentuk feature atau

fiksi berupa cerpen atau cerita bersambung, puisi, berita acara hiburan, berita seputar selebritis, humor, komik, dan lain sebagainya.

4. Kontrol sosial (*to influence*)

Di banyak Negara di dunia pers menjadi bagian terpenting dan menempati posisi strategis dalam ikut mendorong berjalannya roda pemerintahan. Bahkan, tidak hanya dalam konteks pemerintahan, pers pun menjadi penyeimbang dalam penyelenggaraan kehidupan sosial kemasyarakatan. Pers menjadi bagian yang memberikan kontribusi sesuai visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah. Pers berfungsi sebagai control dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini di beberapa negara, seperti Indonesia, melahirkan pers sebagai lembaga kekuatan keempat dalam konsep pemisahan kekuasaan dari Montesquieu atau dalam sistem pembagian kekuasaan seperti di Indonesia. Oleh karena itu, pers mendapat julukan *four estate*; pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Di negara-negara yang menganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog function*). Pers juga harus bersikap independent atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada.

Dalam konteks pers nasional di Indonesia, fungsi pers sebagai kontrol sosial tercantum dalam UU No. 40/1999 tentang Pers. Fungsi kontrol sosial pers bisa dimaknai sebagai sikap pers dalam melaksanakan fungsinya yang ditujukan terhadap perorangan atau kelompok dengan maksud memperbaiki keadaan melalui tulisan yang disalurkan secara langsung atau tidak langsung terhadap aparatur pemerintahan atau lembaga-lembaga masyarakat yang terkait sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

Selain keempat fungsi utama pers tersebut, masih terdapat fungsi-fungsi lainnya yang dalam konteks realitas dijalankan dengan baik oleh pers. Fungsi-fungsi pers tersebut di antaranya:

5. Fungsi ekonomi

Di banyak negara, bahkan di semua negara kehadiran pers pun ikut mendukung berjalannya roda perekonomian. Pers ikut mengambil bagian dari upaya membangun ekonomi negara dengan tampil sebagai perusahaan-perusahaan yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi suatu Negara, misalnya, dengan ikut menciptakan lapangan kerja, pembayar pajak, dan kegiatan ekonomi lainnya. Di Indonesia fungsi pers sebagai lembaga ekonomi tercantum

dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dalam konteks realitas, sebagian besar pers Indonesia pun sudah menjalankan fungsi ini dengan baik. Di Indonesia sudah bermunculan media-media besar yang berkontribusi dalam penanggulangan pengangguran, termasuk juga bagian dari pembayar pajak yang besar.

6. Fungsi Sosial

Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers pun menyuratkan fungsi pers sebagai lembaga sosial. Hal itu dimainkan dengan baik oleh pers Indonesia, terutama sangat kentara tatkala Indonesia didera bencana. Realitas banjir, longsor, tsunami, gempa bumi, gunung meletus dan bencana lainnya yang terjadi di Indonesia ternyata disikapi oleh insan pers Indonesia dengan kematangan **dan kewewasan**. Fungsi sosial mereka perankan dengan baik. Pers ikut serta membantu penanggulangan bencana tidak hanya dalam konteks menyiarkan pemberitaan bencana, tetapi ikut menyingsingkan lengan membantu kesulitan masyarakat korban bencana. Banyak media cetak dan media elektronik berlomba-lomba menyediakan, menampung, dan menyalurkan bantuan untuk korban bencana dalam bentuk membuka dompet bencana, dompet dhuafa, dan bentuk kepedulian lainnya. Bahkan, pers pun peka dengan kondisi masyarakat Indonesia yang didera kemiskinan dengan menyalurkan bantuan-bantuan sosial.

7. Fungsi mediator

Pers adalah lembaga media, sehingga fungsi lainnya yang sebetulnya dapat dikategorikan fungsi utama pers adalah sebagai mediator; penghubung; atau fasilitator. Pers berfungsi memediasi berbagai kepentingan dan berbagai elemen dalam masyarakat. Pers mampu menghubungkan tempat yang satu dengan yang lain, peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama.

8. Fungsi mempengaruhi

Sudah sejak lama disadari bahwa pers memiliki fungsi dapat mempengaruhi masyarakat. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya teori yang mengungkap kedasyatan pers dalam mempengaruhi manusia, baik secara individu maupun kelompok. Pers memang memiliki mata pisau yang tajam untuk mengubah kognisi, afeksi, dan psikomotorik individu atau kelompok. Apalagi pada era ini, kedasyatan pers untuk mempengaruhi individu atau kelompok masyarakat makin tajam ketika teknologi informasi makin canggih. Daya tayang televisi dengan kecanggihan para pengelola dalam memainkan teknologi dapat memberikan pengaruh yang dasyat, terutama terhadap anak-anak dan

remaja yang belum memiliki daya filter yang kuat.

9. Fungsi sejarah

Pers dengan kekuatan tulisannya atau siarannya berfungsi juga sebagai “juru tulis” bagi fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. Fakta adalah sebuah sejarah bagi kehidupan masa depan, sehingga catatan pers masa lalu bermakna historis bagi masa kini dan catatan masa kini historis bagi masa depan. Pers memberikan kelengkapan sejarah bagi catatan para sejarawan. Bahkan, salah satu sumber otentik bagi catatan sejarah para sejarawan adalah pers.

Dengan fungsi-fungsi yang strategis pers memiliki peranan penting dalam percaturan kehidupan masyarakat dunia. Semua lini kehidupan masyarakat tidak terlepas dari peranan pers; pers dapat menjadi bagian yang menentukan kehidupan pribadi, kelompok, wilayah, negara, bahkan dunia. Pers dalam mendongkrak sebuah negara menjadi negara yang besar; pers pun dapat menjerembabkan sebuah negara besar menjadi kerdil; pers dapat melambungkan posisi seseorang atau kelompok orang pada puncak kejayaan; pers pun dapat membenamkan orang atau kelompok orang pada lumpur kehinaan. Oleh karena itu, sangat wajar jika muncul istilah pers adalah ratu dunia.

Peran pers sangat bervariasi secara meluas di seluruh dunia, sehingga sulit sekali untuk menggambarkan secara rinci. Teori dan hasil penelitian para ilmuwan dan pemerhati pers yang mengungkap peran pers sangat banyak, data-data mereka menjadi bukti otentik tentang betapa pentingnya peran pers dalam kehidupan manusia di dunia ini. Kendati begitu, beberapa negara sering merumuskan peranan pers di negaranya sejalan dengan kebijakan pemerintah mereka. Kendati hal itu bukan peran sebenarnya dan seutuhnya dari pers, tetapi peranan yang mereka maksudkan sering merupakan harapan pemerintah yang bersangkutan. Inilah yang melahirkan pemahaman bahwa peranan pers sangat ditentukan oleh kebijakan pemerintah atau sistem politik yang berkembang di tempat pers itu hidup. Hal itu juga yang melahirkan teori Pers Liberal, Komunis, Otoriter, Tanggung Jawab Sosial, Pers Islam, termasuk Pers Pancasila.

Konsepsi Indonesia, peranan pers Indonesia mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan sejarah negara dan sistem politik yang berlaku pada setiap periode. Namun dalam segala perubahan dan perkembangan itu, pers Indonesia memiliki karakter yang konstan, yaitu komitmen sosial politik yang sangat kuat. Kendati komitmen itu pun tidak serta merta selalu mendukung kebijakan pemerintah, termasuk harapan masyarakat Indonesia. Baik pemerintah maupun masyarakat pun tak jarang “kecewa” dengan pers dalam

menjalankan peranannya.

Namun, itulah posisi pers yang baik, yakni pers yang menjaga peranannya dalam kondisi netral, sehingga dinamisi selalu terjadi. Netral dalam konteks ini, bukan berarti pers tidak memihak; pers harus selalu memihak pada kebenaran. Ketika, kebijakan pemerintah melenceng dari kebenaran, maka sebuah keharusan pers untuk berseberangan prinsip, bahkan mungkin melakukan “perlawanan”. Hal yang sama dapat dijalankan dalam hubungan pers dengan masyarakat. Kendati faktanya ada juga pers nasional yang cenderung berpihak pada penguasa, pengusaha (pemilik modal) atau menjadi pers yang partisan. Itulah fakta sejarah yang tidak selamanya menggambarkan sisi kebaikan, tetapi kadang keburukan pun terjadi.

Peranan pers Indonesia mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan sejarah negara dalam sistem politik yang berlaku pada setiap periode. Namun, dalam segala perubahan dan perkembangan itu, pers Indonesia memiliki karakter yang konstan, yaitu komitmen sosial politik yang kuat. Pers Indonesia sepanjang sejarahnya, tidak pernah sekadar berisi berita-berita ringan yang misalnya, hanya melaporkan kejadian di bidang kriminal, seks, sensasi, dan kejadian-kejadian besar lainnya yang termasuk kategori *spot news*. Tema yang lebih menonjol adalah berita dan analisis yang menyangkut kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya.

Peran pers nasional di Indonesia secara formal termuat dari undang-undang yang mengatur keberadaan pers di Indonesia. Oleh karena itu, untuk mengungkap peran pers perlu membongkar isi undang-undang dari mulai Undang-Undang No. 11 Tahun 1966, Undang-Undang No. 4 Tahun 1967, Undang-Undang No. 21 Tahun 1982, dan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999. Namun, sayang dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tidak tercantum secara eksplisit tentang peran pers nasional hanya dalam Pasal 2 dijelaskan secara tersurat bahwa pers nasional adalah alat revolusi dan merupakan mass media yang bersifat aktif, dinamis kreatif, informatoris, dan mempunyai fungsi kemasyarakatan pendorong dan pemupuk daya pikir kritis dan progresif meliputi segala perwujudan kehidupan masyarakat Indonesia. Apalagi dalam Undang-Undang No. 4 Tahun 1967, sama sekali tidak tersurat atau tersirat tentang peranan pers Indonesia karena undang-undang ini hanya menambahkan satu pasal perubahan.

Undang-Undang No. 21 Tahun 1982, kendati istilah “peranan pers” disebut-sebut, tetapi tidak menyuratkan secara langsung tentang peranan pers Indonesia. Hanya, pada pasal-pasal sebelumnya muncul istilah-istilah yang dapat dianalogikan sebagai peran pers Indonesia pada

era itu. Peran yang dimaksud, yakni: 1. Pers Indonesia sebagai alat perjuangan nasional; 2. Pers Indonesia sebagai alat penggerak pembangunan bangsa; dan 3. Pers Indonesia sebagai pengawas ideologi Pancasila.

Pada pasal 2-nya ditegaskan, dalam rangka meningkatkan peranannya dalam pembangunan, pers nasional berfungsi sebagai penyebar informasi yang obyektif, menyalurkan aspirasi rakyat, meluaskan komunikasi dan partisipasi rakyat serta melakukan kontrol sosial yang konstruktif. Dalam hal ini perlu dikembangkan interaksi positif antara pemerintah, pers, dan rakyat.

Pada era reformasi, konsepsi peranan Pers Indonesia tersurat langsung dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Pasal tersebut menggariskan bahwa Pers Nasional (Indonesia) melaksanakan peranan sebagai berikut:

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;
- b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan;
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar;
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; dan
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Isi pasal tersebut ditegaskan kembali dalam penjelasan bahwa Pers Nasional mempunyai peranan penting dalam memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui dan mengembangkan pendapat umum, dengan menyampaikan informasi yang tepat, akurat, dan benar. Hal ini akan mendorong ditegakkannya keadilan dan kebenaran serta diwujudkannya supremasi hukum untuk menuju masyarakat yang tertib. Apalagi, hak masyarakat untuk mendapatkan informasi merupakan Hak Asasi Manusia yang dijamin dengan Ketetapan MPRRI No. XVII/MPR/1998 tentang Hak Asasi Manusia, antara lain yang menyatakan bahwa setiap orang berhak berkomunikasi dan memperoleh informasi sejalan dengan Piagam Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Hak Asasi Manusia Pasal 19 yang berbunyi, "Setiap orang berhak atas kebebasan mempunyai dan mengeluarkan pendapat; dalam hal ini termasuk kebebasan memiliki pendapat tanpa gangguan, dan untuk mencari, menerima, dan menyampaikan informasi dan buah pikiran melalui media apa saja dan dengan tidak memandang batas-batas wilayah.

Peranan Pers dalam demokrasi modern, seperti di Amerika

Serikat, Inggris, Eropa, Kanada, dan Australia dilukiskan dengan baik di bawah teori pers tanggung jawab sosial. Salah satu fungsi yang kontroversial yang dilakukan pers di bawah model tanggung jawab sosial adalah bertindak sebagai *watchdog* (anjing penjaga) terhadap pemerintah. Kendati peranan ini sering dianggap menjadi “penghalang” bagi kelompok-kelompok tertentu, termasuk pemerintah, terutama pemerintah yang korup.

D. Hak dan Kewajiban Pers

Sebagai sebuah lembaga, pers layak lembaga lainnya yang diberikan hak dan kewajiban. Hak adalah sesuatu yang harus diterima dan kewajiban sebagai sesuatu yang harus dilaksanakan. Berbicara hak dan kewajiban pers tidak dapat melepaskan diri dari ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang dibuat pemerintah. Hal ini berangkat dari fakta bahwa kehidupan pers nasional di Indonesia “digagas” oleh pemerintah. Kendati gagasan tersebut lahir dari para cerdik pandai, baik secara individu maupun kelompok, tetapi legalitas formal yang mendorong diakuinya eksistensi pers nasional dilahirkan oleh pemerintah. Hal inilah yang menguatkan tesis terdahulu bahwa pers tidak dapat melepaskan diri dari negara; ideologi pers adalah ideologi yang dipegang oleh negara. Oleh karena itu, sistem pers sangat bergantung dari sistem politik yang menjadi pedoman penyelenggaraan pemerintahan di negara tersebut.

Secara yuridis, hak dan kewajiban pers nasional di Indonesia ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia. Dalam konteks pers bermakna luas, yakni menyangkut media cetak dan media elektronik, peraturan perundang-undangan yang mengatur hak dan kewajiban pers cukup banyak, mulai dari undang-undang yang berbicara tentang pers, penyiaran, internet dan transaksi elektronik, hak asasi manusia, sampai keterbukaan informasi. Semua undang-undang tersebut mengatur tentang hak dan kewajiban pers.

Di Indonesia, setidaknya terdapat undang-undang yang pernah atau sedang berlaku mengatur khusus tentang pers, yakni Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers dan Penjelasannya; Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 tentang Penambahan Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 dan Penjelasannya; Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 dan Penjelasannya; serta Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Keempat undang-undang tersebut memuat ketentuan Hak dan Kewajiban Pers yang

berbeda. Kendati perbedaannya tidak signifikan, tetapi dapat menunjukkan perbedaan secara ideologis yang merupakan akibat dari perubahan ideologi negara.

Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 memaknai pers sebagai lembaga kemasyarakatan alat revolusi yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil atau alat-alat teknik lainnya. Ketentuan Pasal 1 ayat (1) ini menempatkan posisi pers pada posisi : a. Lembaga Kemasyarakatan; b. Alat revolusi; media komunikasi massa; dan c. penerbitan (media cetak).

Dari keempat hal tersebut, setidaknya dua hal yang sangat penting untuk dijelaskan berkait kondisi negara pada saat undang-undang itu berlaku, yakni sebagai alat revolusi dan khusus untuk media cetak.

Pers pada masa itu memang diharapkan sebagai alat revolusi. Hal ini merupakan ciri khas perjuangan Orde Lama yang bangkit dari perjuangan revolusi melawan penjajah sekaligus menguatkan situasi pasca G-30S PKI. Kendati fase dari perjuangan kemerdekaan tahun 1945 ke 1966 cukup panjang, tetapi karena Peminpin Nasional Presiden Soekarno berlatar belakang perjuangan kemerdekaan, sehingga semangat revolusi masih membahana hal itu didukung oleh terjadinya revolusi pergerakan PKI. Hal itu digambarkan di antara dalam mendudukkan posisi pers sebagai alat revolusi. Bahkan, dalam undang-undang itu pun ditegaskan dalam fungsi pers pada Pasal 2 ayat (1), Pers Nasional adalah alat revolusi dan merupakan mass media yang bersifat aktif, dinamis kreatif, edukatif, informatoris, dan mempunyai fungsi kemasyarakatan pendukung dan pemupuk daya pikiran kritis dan progresif meliputi segala perwujudan kehidupan masyarakat Indonesia.

Kondisi media elektronik yang belum mapan, terutama televisi yang didominasi televisi pemerintah (TVRI), menguatkan eksistensi pers hanya untuk penerbitan (media cetak). Hal itu sejalan juga dengan persepsi pada insan pers dan ilmuwan pers yang masih berkeyakinan bahwa pers itu menyangkut media cetak saja sebagaimana asal kata press yang berarti mencetak atau singkatan dari persuratkabaran. Oleh karena itu, Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 hanya menitikberatkan pengaturan pada media penebitan.

Pasal 2 ayat (2) dengan eksplisit mengatur tentang kewajiban pers pada jaman itu (Orde Lama), yakni sebagai berikut:

- a. Mempertahankan, membela, mendukung, dan melaksanakan

- Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 secara murni dan konsekuen;
- b. Memperjuangkan pelaksanaan Amanat Penderitaan Rakyat, berlandaskan Demokrasi Pancasila;
 - c. Mempertahankan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers;
 - d. Membina persatuan dan kekuatan-kekuatan agresif revolusioner dalam perjuangan menentang imperialisme, kolonialisme, neo-kolonialisme, feodalisme, liberalism, komunisme, dan fasisme/diktatur; serta
 - e. Menjadi penyalur pendapat umum yang konstruktif dan progresif-revolusioner.

Jiwa revolusioner makin tergambar pada kewajiban pers nasional selain menonjol juga upaya penegakan kembali Pancasila dan UUD 1945 sebagai jawaban atas terjadinya pemberontakan PKI. Kewajiban ini menguatkan ideologi negara untuk tidak bergeser apalagi berubah ke ideologi lain. Namun, jiwa revolusioner pun dikuatkan dengan anti terhadap paham-paham atau ideologi imperialisme, kolonialisme, neo-kolonialisme, feodalisme, liberalism, komunisme, dan fasisme/diktatur. Hal ini menguatkan anti ideologi penjajah masa kuat pada era itu.

Selain itu, Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 pun secara tersirat memberikan kewajiban tambahan bagi pers nasional, di antaranya: 1. Pers tidak menganut paham komunisme/marxisme-leninisme (pasal 11); 2. Penerbitan pers harus perusahaan berbadan hukum, harus menggunakan modal nasional, tidak menerima bantuan dari pihak asing, wajib menjadi anggota Organisasi Perusahaan Pers (pasal 13); serta pimpinan dan susunan perusahaan dalam keseluruhannya harus bersifat kekeluargaan dipimpin antara pengusaha, karyawan, dan wartawan (pasal 14).

Pasal 3 pun secara tersurat menyebutkan hak-hak yang dimiliki oleh pers nasional pada era itu, pers mempunyai hak kontrol, kritik, dan koreksi yang bersifat korektif dan konstruktif. Hal ini menguatkan posisi pers yang secara umum memiliki fungsi kontrol sosial. Bahkan, menguatkan juga posisi pers sebagai *four estate* dalam negara yang menganut sistem pembagian kekuasaan. Pers sebagai lembaga keempat setelah eksekutif, yudikatif, dan legislatif. Oleh karena itu, pers diberikan hak untuk mengkritik dan mengoreksi secara konstruktif, termasuk di dalamnya terhadap kebijakan pemerintah.

Selain hal itu, pers nasional sesuai dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 memiliki hak-hak lain yang tidak secara eksplisit tercantum, di antaranya: hak untuk tidak dikenakan sensor dan bredel (pasal 4),

menikmati kebebasan pers sesuai hak asasi manusia (pasal 5), tidak perlu SIT (Surat Ijin Terbit: pasal 8), dan mendirikan kantor berita (pasal 9).

Pada Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 secara substansial tidak banyak perubahan karena undang-undang ini pun berbicara tentang Panambahan Undang-Undang No. 11 Tahun 1966. Yang ditambah dari undang-undang ini adalah pada Bab X Penutup ditambah ayat baru yang berbunyi: Dengan berlakunya undang-undang ini, maka tidak berlaku ketentuan-ketentuan lain dalam Penetapan Presiden No. 4 Tahun 1963 tentang pengamanan terhadap barang-barang cetakan yang isinya dapat mengganggu ketertiban umum, khususnya mengenai bulletin-buletin, surat kabar-surat kabar harian, majalah-majalah dan penerbitan berkala. Oleh karena itu, hak dan kewajiban pers nasional dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1966, kendati keluar Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 tidak mengalami perubahan.

Setelah dua undang-undang tersebut, lahir kembali Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers. Kelahiran undang-undang ini atas dasar Ketetapan MPR No. IV/MPR/1978 Bab IV D angka 4 huruf f yang memerintahkan peninjauan kembali Undang-Undang No. 11 Tahun 1966. Hal itu dilakukan untuk dapat menjamin pertumbuhan pers yang sehat, pers yang bebas dan bertanggung jawab serta sesuai dengan tingkat perkembangan dan perjuangan masyarakat. Hal-hal yang pokok berkait dengan perubahan ini, di antaranya: adanya istilah-istilah yang tidak sesuai lagi dengan tingkat perkembangan masyarakat; adanya pasal peralihan; dan adanya keharusan untuk menjawab tantangan hari depan karena makin pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi.

Perubahan istilah yang berkait dengan hak dan kewajiban pers nasional, di antaranya pada Pasal 1 dengan berubah *alat revolusi* menjadi *alat perjuangan nasional*; *alat penggerak massa* menjadi *alat penggerak pembangunan bangsa*; dan *pengawal revolusi* menjadi *pengawas ideologi Pancasila*.

Kemudian, kewajiban pers pun mengalami perbaikan, pada Pasal 2 disebutkan, Pers Nasional berkewajiban :

- a. Melestarikan dan memasyarakatkan Pancasila sebagaimana termaktub di dalam Pembukaan UUD 1945 dengan P4;
- b. Memperjuangkan pelaksanaan amanat penderitaan rakyat berlandaskan Demokrasi Pancasila;
- c. Memperjuangkan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers yang bertanggung jawab;
- d. Menggelorakan semangat pengabdian perjuangan bangsa,

memperkokoh persatuan dan kesatuan nasional, mempertebal rasa tanggung jawab dan disiplin nasional, membantu meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa serta menggairahkan partisipasi rakyat dalam pembangunan;

- e. Memperjuangkan terwujudnya tata internasional baru di bidang informasi dan komunikasi atas dasar kepentingan nasional dan percaya pada kekuatan diri sendiri dalam menjalin kerjasama regional, antar regional dan internasional, khususnya di bidang pers.

Kewajiban lainnya yang tersurat dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 di antaranya bahwa setiap penerbitan pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers memerlukan Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang dikeluarkan pemerintah. Ketentuan ini mewajibkan kepada semua penerbitan pers untuk menempuh perubahan kepada pemerintah untuk mendapatkan SIUPP. Pers nasional pun, dalam batas-batas tertentu, memiliki kewajiban untuk memenuhi permintaan masyarakat pembacanya yang akan menggunakan Hak Jawab.

Tentang hak pers nasional, berada pada Pasal 3 yang berbunyi, pers mempunyai hak kontrol, kritik, dan koreksi yang bersifat konstruktif. Pasal ini hampir sama dengan yang ada pada Undang-Undang No. 11 Tahun 1966. Perbedaannya hanya menghilangkan kata bersifat korektif. Dalam konteks makna, penghilangan kata tersebut tidak berpengaruh. Penghilangan kata tersebut hanya pertimbangan penghematan kata karena pada sebelumnya sudah disebutkan hak koreksi, ketika terdapat hak koreksi, berarsi sifatnya harus korektif.

Undang-undang yang menyuratkan hak dan kewajiban pers secara formal yang terakhir dan masih berlaku sampai saat ini (2010) adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 1999. Undang-undang ini lahir pada Era Reformasi sehingga semangatnya pun semangat perubahan yang besar-besaran dalam pembinaan pers. Bahkan, undang-undang ini cenderung merupakan “perlawanan” terhadap pemerintahan Orde Baru, sehingga jika dibandingkan dengan undang-undang sebelumnya akan banyak perubahan.

Yang cukup substantif dalam undang-undang ini adalah kesertaan masyarakat sebagai pengawas pelaksanaan hak dan kewajiban pers nasional. Dalam melaksanakan hak dan kewajiban, pers harus menghormati hak asasi setiap orang, sehingga dituntut adanya pers yang professional dan terbuka dikontrol oleh masyarakat. Kontrol masyarakat di maksud, di antaranya: oleh setiap orang dengan dijaminnya Hak Jawab dan Hak Koreksi; oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan seperti

pemantau media (*media watch*) dan oleh Dewan Pers dengan berbagai bentuk dan cara.

Perubahan yang cukup substantif lainnya adalah memberikan makna luas terhadap pers. Undang-undang sebelumnya memberikan makna pers hanya untuk media cetak, sedangkan undang-undang ini memaknai pers selain media cetak adalah media elektronik. Hal itu tersurat langsung dalam Bab I tentang Ketentuan Umum. Pada pasal 1-nya disebutkan, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan *media cetak*, *media elektronik*, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Berkait dengan hak dan kewajiban pers, undang-undang ini pun menyuratkannya baik secara eksplisit maupun tidak. Secara eksplisi, Pasal 4 ayat (3) menyebutkan bahwa pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi. Bahkan, untuk menjamin hak ini, pada Pasal 18 ditegaskan bahwa setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan yang berakibat menghambat atau menghalangi hak pers dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun atau denda paling banyak Rp500 juta. Hal itu menunjukkan betapa kuatnya hak pers dalam undang-undang ini sehingga siapapun yang menghalangi atau menghambat dapat dihukum pidana.

Kemudian hak lain yang dimiliki pers dan tersirat dalam undang-undang ini, di antaranya : pers menjadi jaminan kemerdekaan, serta tidak dikenakan penyensoran dan pembredelan atau pelarangan penyiaran (pasal 4); serta perusahaan pers harus berbentuk badan hukum (pasal 9).

Pers nasional pun, menurut Pasal 5 undang-undang ini memiliki kewajiban: 1. Memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asa praduga tak bersalah; 2. Melayani hak jawab dan hak tolak (pasal 5). Hak jawab adalah seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya. Hak tolak adalah hak wartawan karena profesinya untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakan; 3. Memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta bentuk kesejahteraan lainnya (pasal 10);

4. Mengumumkan nama, alamat, dan penanggung jawab secara terbuka melalui media massa yang bersangkutan, khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat pencetakan (pasal 12); 5. Tidak merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup beragama serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat, tidak menayangkan iklan minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat aditif lainnya, dan tidak mengiklankan peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok (Pasal 13).

Karena pada Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 didefinisikan pers secara luas yang di dalamnya termasuk media elektronik, maka etika pers yang berbentuk hak dan kewajiban pun berlaku bagi media penyiaran. Untuk mengungkap hak dan kewajiban pers penyiaran secara formal dapat mengkaji isi dari Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Kendati undang-undang tersebut tidak secara langsung meng-eksplisitkan hak dan kewajiban pers penyiaran sebagaimana Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, tetapi secara tersirat terdapat hal-hal yang dapat dikategorikan sebagai hak dan kewajiban pers penyiaran.

BAB V

JURNALISTIK DAN WARTAWAN

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Jurnalistik, baik sebagai bagian dari *Ilmu Komunikasi*, kaitannya dengan *pers*, *media massa*, dan *wartawan* maupun sebagai teknik untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi sebagai bentuk pelayanan informasi terhadap khalayak/publik.

B. Pengertian Jurnalistik

Ketika membahas Komunikasi, dipastikan di antaranya dibicarakan Jurnalistik karena dalam pemahaman ilmu kontemporer (kekinian), Jurnalistik merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi. Kendati banyak pemahaman yang muncul, terutama dari kajian historis yang memaparkan bahwa sangat dimungkinkan Ilmu Jurnalistik lebih tua ketimbang Ilmu Komunikasi. Namun, setidaknya kalau mencermati kajian ilmu pada era ini yang dikongkretkan dalam wujud pembagian disiplin ilmu di perguruan tinggi, Jurusan atau Program Studi Jurnalistik selalu menjadi bagian dari Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom). Bahkan, kendati Ilmu Komunikasi pun dianggap sebagai bagian dari Ilmu Sosial, sehingga Ilmu Komunikasi menjadi jurusan atau program studi yang berada di bawah Fakultas Ilmu Sosial Politik (Fisip), tetap saja Jurnalistik menjadi kajian/konsentrasi Jurusan atau Program Studi Ilmu Komunikasi.

Pun dalam bahasan buku ini, untuk membahas Jurnalistik diawali dengan pembahasan Ilmu Komunikasi sebagaimana dipaparkan di muka. Hal itu mengandung arti bahwa buku ini berada pada terminologi bahwa Kajian Jurnalistik merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi. Sebelum Jurnalistik dibahas lebih mendalam, buku ini membahas Komunikasi terdahulu, kendati cukup hanya pengantar dan tidak mendalam.

Secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam Bahasa Prancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, Jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff, 1983:9). Bahkan, tatkala Bahasa Inggris sudah merajai bahasa ilmu sebagaimana yang terjadi di Indonesia, kata Jurnalistik itu berasal dari kata Bahasa Inggris Journalism yang dapat dimaknai aktivitas atau profesi menulis untuk surat kabar atau majalah atau siaran berita di radio atau televisi.

Ada juga ilmuwan yang menyusuri pengertian Jurnalistik dari etimologi bahwa berasal dari dua suku kata, yakni *jurnal* dan *istik*. Jurnal

berasal dari Bahasa Perancis, *journal*, yang berarti catatan harian. Dalam Bahasa Latin juga ada kata yang hampir sama bunyi dan upacannya dengan *journal* yakni *diurna*, yang mengandung arti *hari ini*. Memang pada zaman Kerajaan Romawi Kuno saat Julius Caesar berkuasa, dikenal istilah *acta diurna* yang berarti rangkaian akta: gerakan, kegiatan, dan kejadian sehari-hari.

Sementara itu, kata *istik* merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan dimaksud adalah mewujudkan berbagai karya seni dan atau keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan, seperti kayu, batu, kertas, cat, atau suara, termasuk di dalamnya semua macam bangunan, kesusastraan, dan musik yang mengandung nilai seni atau keindahan. Oleh karena itu, Jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam bentuk catatan peristiwa sehari-hari yang memiliki nilai keindahan, sehingga menarik perhatian khalayak pembaca, pendengar, pemirsa.

Dalam konteks lebih luas, jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (Suhandang, 2004 : 21).

Susanto (1986:73) menyebutkan, jurnalistik adalah kejadian pencatatan dan atau pelaporan, serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari. Effendy (1981: 102) menyatakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarluasannya kepada masyarakat. Widjaja (1986: 27) menyebutkan bahwa jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu secepat-cepatnya. Kusumahningrat (2007:15) memberikan definisi, Jurnalistik atau Journalisme berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. Ia pun mengutip pendapat MacDougall (1972) bahwa jurnalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.

Ensiklopedi Indonesia secara rinci menerangkan, Jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada. Bahkan, ada juga yang memberikan definisi bahwa Jurnalistik artinya kewartawanan atau hal-

ikhwah pemberitaan. Menurut kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis di surat kabar, majalah, dan media massa lainnya.

Istilah jurnalistik, menurut Dian Amalia (2007), erat kaitannya dengan istilah pers dan komunikasi massa. Jurnalistik adalah seperangkat atau suatu alat media massa. Pengertian jurnalistik dari berbagai literature dapat dikaji definisi jurnalistik yang jumlahnya begitu banyak. Namun jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di dunia. Apapun yang terjadi baik peristiwa faktual (fact) atau pendapat seseorang (opini), untuk menjadi sebuah berita kepada khalayak. Jurnalistik bukan pers, bukan media massa. Menurut kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis surat kabar, majalah, atau berkala lainnya.

Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines* (1969:3) menjelaskan, Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran.

Secara teknis, Haris Sumaditirna (2005) memberikan batasan bahwa jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. Oleh karena itu yang menjadi produk hasil jurnalistik adalah berita yang disebarkan melalui media massa, baik media cetak, seperti surat kabar dan majalah; media elektronik, seperti radio dan televisi; media sosial, seperti web site, facebook, twitter, dan lain-lain. Oleh karena itu, karya jurnalistiknya pun berbeda-beda atau memiliki karakter masing-masing, yakni karya jurnalistik cetak yang disebarkan melalui media cetak, karya jurnalistik elektronik yang disebarkan melalui media elektronik, dan karya jurnalistik sosial yang disebarkan melalui media sosial.

Jurnalistik yang dalam Bahasa Inggris disebut juga *Jurnalism* dan seringkali disebut *literature in a hurry* karena jurnalistik membutuhkan kecepatan. Para pembaca tidak akan pernah berfikir bahwa kumpulan berita yang ada di dalam surat kabar, sesungguhnya merupakan akumulasi dari proses panjang, melelahkan, yang tidak jarang bahkan mempertaruhkan nyawa sang wartawan.

Salah seorang wartawan senior pernah berkata; "Jika anda ingin eksisting jadilah pembalap, jika anda ingin kaya jadilah Bankir, tapi jika anda ingin duduk di antara orang-orang yang membuat sejarah, jadilah

wartawan” sebuah ungkapan menggetarkan yang layak direnungkan para wartawan, bahwa mereka bukanlah kuli tinta, tapi pembuat sejarah yang tidak harus *manut* pada redaksi seperti kerbau yang sedang dicocok hidungnya.

C. Sejarah Jurnalistik

Sudah merupakan Sunatullah bahwa setiap fakta yang ada dalam kehidupan manusia di dunia ini pasti terdapat cerita asal-muasalnya yang disebut secara umum sejarah. Hal itu mengandung arti, tidak ada suatu peristiwa pun di dunia ini yang berdiri sendiri, pasti merupakan rangkaian dari peristiwa-peristiwa lainnya. Oleh karena itu, kajian sejarah merupakan kajian yang menarik dan diminati banyak orang karena dapat memberikan kontribusi pada pengungkapan suatu peristiwa dari yang sangat kecil sampai yang sangat besar.

Tidak sedikit juga pengungkapan sebuah peristiwa dilatarbelakangi keyakinan yang sangat ideologis, seperti agama. Apalagi agama pun banyak mengajarkan sejarah yang pasti tidak dapat dibantah karena merupakan karya Yang Maha Kuasa. Seperti halnya Kitab Suci Al-Quran yang di dalamnya kaya sekali dengan pengungkapan sejarah umat manusia, termasuk peristiwa-peristiwa yang mengikutinya. Terlebih dalam konteks filsafat ilmu, Agama pun diyakini sebagai jalan utama untuk mencapai kebenaran, selain Filsafat, Ilmu, Sastra, dan Budaya.

Begitu juga dalam hal sejarah Jurnalistik. Banyak ilmuwan yang berpendapat bahwa Nabi Nuh adalah orang pertama yang melakukan pencarian dan penyampaian berita, sehingga dapat diasumsikan bahwa Nabi Nuh adalah wartawan pertama di dunia. Dikisahkan bahwa pada waktu itu sebelum Allah SWT menurunkan banjir besar, maka diutuslah malaikat menemui dan mengajarkan cara membuat kapal laut sampai selesai kepada Nabi Nuh. Kapal tersebut dibuat di atas bukit dan bertujuan mengevakuasi Nabi Nuh bersama sanak keluarganya dan seluruh pengikutnya yang saleh dan segala macam hewan berpasangan. Setelah semua itu dilakukan, turunlah hujan selama berhari-hari yang disertai angin kencang yang mengakibatkan terjadilah banjir besar. Dunia pun dengan cepat menjadi lautan yang sangat besar dan luas.

Nabi Nuh bersama orang-orang yang beriman lainnya dan hewan-hewan di dalam bahtera, berlayar atas gelombang banjir yang dahsyat dan akhirnya selamat. Berbulan-bulan terombang-ambing di atas banjir, Nabi Nuh beserta pengikutnya khawatir dan gelisah karena persediaan makanan mulai berkurang. Kemudian, Nabi Nuh mengutus seekor burung dara ke luar kapal untuk meneliti keadaan air dan kemungkinan adanya makanan. Beberapa lama burung itu terbang,

upayanya sia-sia. Burung dara hanya melihat daun dan ranting pohon zaitun (olijf) yang tampak muncul ke permukaan air. Ranting itu pun dipatuknya dan dibawanya pulang ke kapal. Dari penemuan burung, Nabi Nuh mengambil kesimpulan, air bah sudah mulai surut, tapi permukaan bumi masih tertutup air, sehingga burung dara tidak menemukan tempat untuk istirahat. Kabar dan berita itu pun disampaikan Nabi Nuh kepada seluruh anggota penumpangnya.

Atas dasar fakta tersebutlah, para ahli sejarah menamakan Nabi Nuh sebagai seorang pencari berita dan penyiar kabar (wartawan) yang pertama kali di dunia. Bahkan, disimpulkan Kantor Berita pertama di dunia adalah Kapal Nabi Nuh.

Peristiwa lain yang dianggap ada kaitannya dengan sejarah Jurnalistik adalah catatan peristiwa Kerajaan Romawi jaman Raja Imam Agung yang selalu menyuruh orang membuat catatan tentang segala kejadian penting. Catatan itu dibuat pada *annals* (papan tulis yang digantungkan di serambi rumah raja). Catatan pada papan tulis itu merupakan pemberitahuan atau pengumuman bagi setiap orang yang lewat.

Hal seperti itu dilanjutkan Raja Julius Caesar dengan selalu mengumumkan hasil persidangan senat, berita tentang kejadian sehari-hari, peraturan-peraturan penting, serta apa yang perlu disampaikan dan diketahui rakyatnya, dengan jalan menuliskannya pada papan pengumuman berupa papan tulis pada masa itu (60 SM). Papan tulis itu dikenal dengan sebutan *acta diurna* dan diletakkan di Forum Romanum (Stadion Romawi) untuk diketahui umum. Terhadap isi *acta diurna* tersebut setiap orang boleh membacanya, bahkan boleh mengutipnya dan menyebarkannya ke tempat lain. *Acta diurna* itulah yang disebut-sebut sebagai cikal bakal lahirnya surat kabar harian.

Berbeda dengan media berita saat ini yang 'mendatangi' pembacanya, pada waktu itu pembaca yang datang kepada media berita tersebut. Sebagian khalayak yang merupakan tuan tanah/hartawan yang ingin mengetahui informasi menyuruh budak-budaknya yang bisa membaca dan menulis untuk mencatat segala sesuatu yang terdapat pada Acta Diurna. Dengan perantaraan para pencatat yang disebut *Diurnarii*, para tuan tanah dan hartawan tadi mendapatkan berita-berita tentang Senat.

Diurnarii tidak terbatas kepada para budak, tetapi juga orang bebas yang ingin menjual catatan harian kepada siapa saja yang memerlukannya. Beritanya pun bukan saja kegiatan senat, tetapi juga hal-hal yang menyangkut kepentingan umum dan menarik khalayak. Akibatnya terjadilah persaingan di antara *Diurnarii* untuk mencari berita

dengan menelusuri kota Roma, bahkan sampai keluar kota. Kemudian persaingan itu menimbulkan korban pertama dalam sejarah jurnalistik. Seorang Diurnarii bernama Julius Rusticus dihukum gantung atas tuduhan menyiarkan berita yang belum boleh disiarkan (masih rahasia). Pada kasus itu terlihat bahwa kegiatan jurnalistik di zaman Romawi Kuno hanya mengelola hal-hal yang sifatnya informasi. Setelah Kerajaan Romawi runtuh, kegiatan jurnalistik sempat vakum, terutama ketika Eropa masih dalam masa kegelapan (*dark ages*). Pada masa itu jurnalistik menghilang.

Seiring kemajuan teknologi informasi, bermula dari laporan harian, tercetaklah surat kabar harian, berkembang ke media elektronik, terciptalah media informasi berupa radio. Tidak cukup dengan radio yang hanya berupa suara muncul pula terobosan baru berupa media audio visual yaitu TV (televisi), dan era kekinian lahirlah internet, sebagai jaringan yang bebas dan tidak terbatas.

Di Indonesia, perkembangan kegiatan jurnalistik diawali oleh Belanda. Sejarah jurnalistik di Indonesia dimulai pada abad 18, tepatnya pada 1744 ketika *Bataviasche Nouvelles* diterbitkan oleh penjajah Belanda. Pada 1776 juga terbit *Vendu Niews* yang berisi tentang berita pelelangan, juga diterbitkan oleh Belanda sebagai penjajah Indonesia. Surat kabar pertama sebagai bacaan orang pribumi ialah majalah *Bianglala* pada 1854 dan *Bromartani* pada 1885, keduanya di Weltevreden. Pada 1856 terbit *Soerat Kabar Bahasa Melajoe* di Surabaya.

Sejarah jurnalistik Indonesia pada abad 20 ditandai dengan munculnya *Medan Prijaji* yang didirikan oleh dan modal orang Indonesia, yaitu Tirtohadisuryo, untuk bangsa Indonesia. Mulanya pada 1907, surat kabar ini berbentuk dan baru pada 1910 berubah menjadi harian. Beberapa pejuang kemerdekaan Indonesia menggunakan jurnalistik sebagai alat perjuangan. Di era-era inilah Bintang Timur, Bintang Barat, Java Bode, Medan Prijaji, dan Java Bode terbit. Pada masa Jepang mengambil alih kekuasaan, koran-koran ini dilarang. Akan tetapi pada akhirnya ada lima media yang mendapat izin terbit: Asia Raja, Tjahaja, Sinar Baru, Sinar Matahari, dan Suara Asia.

Kemerdekaan Indonesia membawa berkah bagi kegiatan jurnalistik. Pemerintah Indonesia menggunakan Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai media komunikasi. Menjelang penyelenggaraan Asian Games IV, pemerintah memasukkan proyek televisi. Sejak tahun 1962 inilah Televisi Republik Indonesia (TVRI) muncul dengan teknologi layar hitam putih.

Namun, pada masa Presiden Soeharto, banyak terjadi pembredelan (pemberangusan) terhadap media massa. Kasus Harian

Indonesia Raya dan Majalah Tempo merupakan dua contoh nyata dalam sensor kekuasaan yang dipegang melalui Departemen Penerangan (Deppen) dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Titik kebebasan pers mulai terasa lagi saat BJ Habibie menggantikan Soeharto sebagai Presiden RI, pada 1998. Banyak media massa yang muncul dan PWI pun tidak lagi menjadi satu-satunya organisasi profesi kewartawanan. Apalagi setelah lahirnya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, Undang-Undang Penyiaran dan Kode Etik Jurnalistik, kegiatan jurnalistik di Indonesia makin semarak. Terlebih setelah lahirnya Pasal 28 F Undang-Undang Dasar 1945 yang memberikan kebebasan luar biasa kepada setiap warga negara untuk melakukan kegiatan Jurnalistik. Titik itu merupakan titik pangkal lahirnya *citizen journalism* atau jurnalistik warga.

D. Wartawan

Berbicara Jurnalistik tidak dapat melepaskan diri dari Jurnalis. Jurnalistik merupakan satu rangkaian yang berkait dengan profesi jurnalis atau wartawan. Oleh karena itu, ketika bicara jurnalistik, wartawan pun harus dibicarakan. Jurnalistik lebih mengarah pada “aktivitas” atau proses kerja kewartawanan atau kepenulisan, sedangkan jurnalis atau wartawan menunjukkan pada orang yang menjalankan tugas atau yang tugasnya mencari berita.

Secara singkat jurnalistik dapat diartikan sebuah proses dari mulai pencarian sampai penyebarluasan informasi (berita). Yang menjalankan proses pencarian itu adalah wartawan. Oleh karena itu, wartawan disebutkan sebagai orang yang pekerjaannya mencari berita. Apalagi, secara etimologi, wartawan berasal dari kata *warta* dan *wan*. *Warta* dalam Bahasa Indonesia berarti *berita* dan dalam kamus teknologi dapat juga diartikan sebagai informasi. *Wan* adalah akhiran Bahasa Indonesia yang diserap dari Bahasa Sangsakerta. Akhir *wan* untuk menunjukkan orang yang *berprofesi* atau orang yang memiliki. Namun, dalam konteks *wartawan*, akhiran *wan* bermakna orang yang *berprofesi* sebagai pewarta/pencari dan pembuat berita.

Dalam dunia pers internasional istilah *wartawan* sepadan dengan istilah *jurnalis*. Keduanya bermakna orang yang berpropfesi sebagai pencari dan pembuat berita. Namun, kata jurnalis lebih populer dan lebih meng-internasional karena kata tersebut bukan Bahasa Indonesia, tetapi diambil dalam Bahasa Inggris *Journalis*. Namun, karena kata tersebut sangat populer, sehingga diserap menjadi Bahasa Indonesia *Jurnalis*. Sebagaimana disinggung di muka, kata *Journalis* berasal dari Bahasa Romawi *Diurnarii*, yakni orang yang membaca dan menulis untuk mencatat segala sesuatu yang terdapat pada *Acta Diurna*.

Oleh karena itu, wartawan-wartawan yang pertama lahir ketika zaman kepemimpinan Julius Caesar (100-44SM). Waktu itu sudah terdapat media bentukan pemerintah yaitu *Acta senatus* yang berisi hasil rapat senat dan *Acta Diurna* yang berisi hasil rapat rakyat dan berita lainnya. Para pemilik budak pada zaman itu menyuruh budaknya untuk mencari informasi tentang apapun sesuai keinginan majikannya yang nantinya dilaporkan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Merekalah *Diurnarii*, wartawan pertama di dunia.

Terlepas kata mana yang akan digunakan, wartawan atau jurnalis, keduanya memiliki makna yang sepadan, termasuk dalam konteks dunia pers nasional. Setidaknya pengakuan yang sama terhadap kata tersebut tercermin dari pengakuan masyarakat Indonesia terhadap dua organisasi pencari dan pembuat berita di Indonesia, yakni Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dengan Asosiasi Jurnalis Independen (AJI). Kedua lembaga itu diakui sebagai tempat bernaungnya orang-orang yang berprofesi sebagai pencari dan pembuat berita.

Selain kedua istilah tersebut, di Indonesia muncul juga reporter. Dalam persepsi masa lalu antara reporter dengan wartawan atau jurnalis berbeda. Reporter sering lekat dengan orang yang berprofesi pencari dan pembuat berita, tetapi khusus untuk media elektronik, terutama televisi. Sementara itu, wartawan atau jurnalis khusus untuk pencari dan pembuat berita di media cetak. Namun, persepsi tersebut perlahan menjadi lebur. Bahkan, ada juga yang mengkategorikan antara reporter, wartawan, dan jurnalis sama artinya. Yang membedakan asal katanya. Reporter berasal dari kata *raport* yang berarti melaporkan. Dulu, memang seorang reporter “hanya” bertugas melaporkan peristiwa secara langsung dari TKP (Tempat Kejadian Perkara) melalui pandangan mata mereka jika laporan untuk radio atau kamera mereka jika laporan untuk televisi. Namun, pada masa kini reporter pun melakukan kegiatan menulis berita untuk dibacakan pada siaran berita radio atau televisi, bahkan untuk media cetak.

Selain ketiga istilah tadi, muncul juga istilah fotografer dan kamerawan. Wartawan, jurnalis, reporter, fotografer, dan kamerawan, sama-sama bekerja di media massa dan mereka pun sama-sama bersentuhan dengan pencarian berita. Namun, bidang pekerjaan/profesi fotografer lebih spesifik hanya mendokumentasikan kejadian dalam bentuk foto-foto yang berkaitan dengan berita, kendati dalam pandangan luas ada juga profesi fotografer untuk memotomodel atau foto diri untuk keperluan pribadi, seperti fotografer amatir. Hal yang sama juga pada kamerawan, dalam konteks kegiatan jurnalistik, kamerawan memiliki tugas untuk mendokumentasikan kejadian yang berkaitan dengan

berita dalam bentuk film. Walaupun dalam pandangan luas, muncul juga istilah kamerawan dalam konteks film atau sinetron, bahkan kamerawan amatir untuk mengabadikan kegiatan-kegiatan pribadi/keluarga, seperti film pernikahan dan lain sebagainya.

Masih dalam dunia media massa, dikenal juga profesi editor atau redaktur. Istilah itu berasal dari Bahasa Belanda dan Perancis *redacteur*. Kedua profesi ini dalam konteks fungsional di media massa memiliki tugas yang hampir sama; bahkan sama. Redaktur memiliki tugas utama melakukan pengeditan/penyuntingan berita hasil penulisan wartawan. Pada media cetak, redaktur atau editing ini menyunting tulisan wartawan sehingga memenuhi standar yang diinginkan oleh media massa. Pada media elektronik, redaktur atau editor tidak hanya menyunting tulisan wartawan, tetapi juga mengedit film yang merupakan pendukung tulisan wartawan. Redaktur atau editing pun biasanya memiliki hak “istimewa” yakni menyunting, menerima, dan menolak berita yang disodorkan wartawan.

Dalam menunjukkan eksistensinya dalam dunia media massa, wartawan pun sering mendapatkan julukan-julukan unik, baik julukan itu datang dari kalangan wartawan sendiri maupun dari masyarakat. Julukan tersebut di antaranya: Ratu Dunia Tanpa Mahkota, kuli tinta, juru warta, juru berita, ahli berita, bahkan akhir-akhir ini sesuai dengan perkembangan teknologi informasi lahir sebutan kuli disket, raja email, dan sebagainya. Bahkan, James Gordon Bennet, pendiri surat kabar The New York Herald menyebut wartawan sebagai separoh diplomat dan separoh detektif. Dikatakan diplomat karena wartawan harus pandai bergaul dengan semua orang; dengan berbagai tipe manusia yang berlainan sifat dan karakter. Detektif karena wartawan harus memiliki *nose for news*, penciuman berita yang tajam, sehingga dapat mendeteksi apa yang bakal terjadi (Lubis, 1963:67).

Menurut Adinegoro, wartawan ialah orang yang hidupnya bekerja sebagai anggota redaksi surat kabar, baik yang duduk dalam redaksi dengan bertanggung jawab terhadap isi surat kabar maupun di luar kantor redaksi sebagai koresponden, yang tugasnya mencari berita, menyusunnya, kemudian mengirimkannya kepada surat kabar yang dibantunya; baik berhubungan tetap maupun tidak tetap dengan surat kabar yang member nafkahnya (Sobur, 2001:1010).

Pers Nasional dalam persepsi yuridis juga memberikan batasan tentang wartawan. Dalam Ketentuan Umum pasal 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 wartawan didefinisikan karyawan yang melakukan pekerjaan kewartawanan. Yang dimaksud kewartawanan adalah pekerjaan/kegiatan/usaha yang sah yang berhubungan dengan

pengumpulan, pengolahan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan lain sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi dan film. Sementara itu, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 mendefinisikan wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

Sejumlah pasal dalam peraturan perundang-undangan tentang Pers pun menegaskan bahwa wartawan adalah sebuah profesi. Kendati pada awal-awalnya pengakuan profesi untuk wartawan ini tidak dikenal. Baik dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1966, Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Pers, Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 dan Peraturan Menteri Penerangan Republik Indonesia No. 01/Per/Menpen/1984 tentang Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers tidak muncul istilah profesi. Namun, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, tepatnya pada Bab I, Pasal 1 ayat (10), muncul istilah profesi, “Hak tolak adalah hak wartawan karena *profesi*-nya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakan.” Kemudian, pada Bab III Pasal 8, “ Dalam melaksanakan *profesi*-nya wartawan mendapatkan perlindungan hukum.”

Landasan itulah yang menguatkan bahwa wartawan adalah sebuah profesi. Oleh karena itu, banyak hal yang dilakukan oleh para wartawan, terutama organisasi wartawan untuk menyejajarkan diri seperti profesi-profesi lainnya. Bahkan, organisasi wartawan tertua yang sempat menjadi satu-satunya organisasi wartawan di Indonesia pada pra-reformasi (sebelum lahirnya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999) telah memproklamasikan wartawan sebagai profesi.

Dalam konteks “yuridis”, PWI jauh-jauh hari sudah mencantumkan istilah profesi dalam Kode Etik Wartawan Indonesia dan dalam konteks praktis PWI pun sudah selektif dalam melakukan rekrutmen wartawan. Kendati media massa yang memiliki kewenangan untuk mengangkat wartawan, tetapi untuk membuktikan ia sebagai wartawan, harus memiliki Kartu “Biru” PWI. Untuk mendapatkan Kartu PWI, setiap media massa harus mengirimkan calon wartawannya untuk mengikuti test yang diselenggarakan PWI. Jika lulus, mereka berhak mendapatkan Kartu PWI dan menyandang sebutan profesi wartawan. Bahkan, setelah itu tidak hanya harus mengikuti test, seseorang yang ingin menjadi wartawan harus juga mengikuti KLT (Karya Latihan Wartawan) yang diselenggarakan PWI. Apalagi, pada pasca reformasi, jelas sekali pengakuan atas profesi wartawan terdapat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 sehingga fakta bahwa wartawan adalah

sebagai profesi makin kuat.

Apalagi, menurut Sobur (2001:104), terdapat empat macam atribut professional yang melekat pada wartawan. Pertama otonomi: ada kebebasan untuk melakukan pertimbangan sendiri dari menjalankan tugas, termasuk adanya organisasi yang dapat mengatur diri sendiri. Kedua komitmen: wartawan harus memiliki titik berat komitmen pada pelayanan terhadap masyarakat, bukan sekedar untuk keuntungan finansial pribadi. Ketiga keahlian: untuk menjadi seorang wartawan perlu keahlian tertentu melalui proses pendidikan dan latihan. Keempat tanggung jawab: dalam menjalankan tugasnya wartawan harus dapat mempertanggungjawabkannya.

Hal itu makin menguatkan bahwa dalam konteks formal wartawan harus memiliki etika. Tindakan PWI yang sudah lama membuat kode etik bagi para wartawan adalah tindakan yang tepat. Memang, secara filosofis, sejatinya semua pekerjaan, baik yang dapat dikategorikan profesi ataupun bukan harus memiliki etika. Bahkan, orang per orang yang tidak ada kaitanya dengan pekerjaan juga terikat dengan etika, baik disengaja atau pun tidak; baik disadari ataupun tidak. Karena etika menyangkut hati nurani manusia yang membedakan dengan makhluk lain dalam takaran benar-salah; baik-buruk. Namun, khusus bagi profesi etika merupakan bagian penting dan formal yang harus ada dalam bentuk tertulis dan hasil kesepakatan di antara orang atau pihak yang berkaitan dengan profesi tersebut. Bahkan, keberadaan kode etik bagi sebuah pekerjaan menunjukkan tingkat professional pekerjaan tersebut.

Namun, pada era reformasi dengan lahirnya kebijakan bahwa organisasi wartawan tidak tunggal (tidak hanya PWI) sebagai isi Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 diperlukan upaya kebersamaan dari organisasi wartawan tersebut untuk menyepakati kode etik wartawan Indonesia. Hal ini bukan berarti Kode Etik Wartawan produk PWI tidak berlaku lagi. Dalam konteks keanggotaan PWI, Kode Etik Wartawan yang dikeluarkan PWI tetap berlaku, tetapi hanya mengikat anggota PWI. Artinya, bagi wartawan yang organisasinya di luar PWI secara formal tidak terikat. Padahal, Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 dengan tegas menyebutkan bahwa. “ Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik. “ Kode Etik Jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawan.

Dalam penjelasan pasal tersebut ditegaskan kembali bahwa yang dimaksud Kode Etik Jurnalistik adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Penjelasan ini menguatkan bahwa harus ada kesepakatan di antara organisasi kewartawan untuk membuat kode etik, sehingga kode etik yang dibuat

“sepihak” atau oleh satu-dua organisasi kewartawanan tidak dapat mengikat secara formal wartawan yang tidak tergabung dalam organisasi tersebut. Sebagai perekat pelaksanaan kode etik di antara organisasi wartawan tersebut, secara formal ditetapkan oleh lembaga lain yang diberinama Dewan Pers.

Dalam Bab V Pasal 15 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 dijelaskan tentang apa atau siapa Dewan Pers itu. Dewan Pers adalah lembaga yang independen dan dibentuk untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional. Terkait dengan Dewan Pers akan dibahas pada Bab lain.

Kode Etik Jurnalistik seperti halnya kode etik yang dimiliki oleh profesi lainnya, seperti Kode Etik Dokter, Kode Etik Pengacara, Kode Etik Polisi, dan kode etik profesi lainnya. Kode Etik Jurnalistik berisi etika atau ketentuan-ketentuan tertulis yang harus ditaati oleh orang yang berprofesi sebagai wartawan/jurnalis. Karena bentuknya tertulis, Kode Etik Jurnalistik ini bersifat formal. Secara filosofis, etika yang mengatur tentang wartawan sebetulnya sudah ada, bahkan tidak hanya berlaku bagi wartawan, tetapi bagi semua profesi; bagi semua makhluk hidup di dunia ini.

Wartawan adalah manusia biasa. Sebagai makhluk di muka bumi ini, kehidupan wartawan diatur oleh Khalik yang Maha Pengasih dan Penyayang. Wartawan adalah khalifah yang diberikan amanah untuk selalu mengabdikan diri pada Allah Swt. Oleh karena itu, sebagaimana khalifah lainnya, segala amanah tersebut harus dipertanggungjawabkan di alam kekal kelak.

Allah Swt berfirman, *“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya Dia akan melihat (membalas)-nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrah pun, niscaya ia akan melihat (balasan)-Nya pula”* (QS,99:7-8).

Ketentuan Yang Maha Kuasa tersebut berlaku bagi semua umat manusia di muka bumi ini, termasuk bagi wartawan. Segala perbuatan wartawan, baik yang benar maupun yang salah menurut syari’at Islam, akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah Swt.

Allah berfirman, *“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kami tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya”* (QS, 17:36).

Wartawan adalah profesi yang strategis. Profesi ini tidak hanya menuntut kekuatan otot, tetapi memerlukan keterlibatan seluruh eksistensi diri. Selain harus mengerahkan seluruh kemampuan panca-indra (melihat, mendengar, merasa), juga harus menggunakan hatinya dalam menjalankan tugas. Oleh karena itu, sangat wajar jika hasil

pekerjaan wartawan, baik dalam bentuk tulisan di media cetak, siaran di radio, dan tayangan di televisi, atau apapun bentuknya berpengaruh besar pada kehidupan masyarakat. Wartawan memiliki andil besar dalam membangun dan menumbuhkan prinsip-prinsip moral masyarakat. Wartawan memiliki peran besar dalam mempertahankan, memperkenalkan, sekaligus membunuh dan mengganti norma-norma dalam masyarakat. Salah satu pilar keberlangsungan atau pewarisan norma dalam masyarakat adalah wartawan.

Ali (dalam Mulyana,2001:129) mengungkapkan, seorang komunikator (wartawan) wajib membela kebenaran, sehingga keadilan tegak, karena "keadilan di antara orang-orang" tidak dapat dilaksanakan tanpa menjaga kebenaran sebagai salah satu tugas utama komunikasi massa (komunikasi menggunakan media massa). Syari'at Islam tidak menyetujui dengan prinsip "masyarakat berhak mengetahui" dan (sebagai akibatnya) "jurnalis berhak mengumpulkan informasi", seperti yang dipraktekkan di Barat karena prinsip itu cenderung membenarkan publikasi kejahatan atau keburukan orang lain.

Dalam Surat An-Nuur:15-19, Allah Swt memberikan panduan bagaimana dan sejauh mana wartawan mengumpulkan dan menyebarkan informasi. Dalam Surat Al-Humazah Ayat :1, Allah Swt mengutuk kejahatan mengumpat (dengan kata-kata, sindiran, peniruan perilaku, sarkasme atau hinaan) dan membicarakan keburukan orang lain-meskipun hal itu benar dan dilakukan wartawan. Informasi yang buruk, yang tidak berdasarkan pengetahuan yang pasti, tidak boleh disebarluaskan, apalagi bila informasi itu mencemarkan karakter, nama baik dan kehidupan seseorang, terutama orang-orang saleh. Syari'at Islam berpandangan bahwa semua jenis kegiatan itu sebagai kejahatan, meskipun hal tersebut biasa dilakukan media sekuler melalui sajian berita, antikel, hiburan, atau tayangan iklan, Qur'an memperingatkan bahwa setiap pikiran dan perbuatan manusia akan dimintai pertanggungjawaban.

Menurut Deddy Mulyana (2001:129), berita atau artikel sensasional yang mengandung dusta jelas tidak dibenarkan oleh Islam. Sebagaimana Rasulullah Muhammad Saw. bersabda, *"Barangsiapa yang tidak meninggalkan dusta dan perbuatan jahat dan berbicara dengan kata-kata buruk kepada orang lain, maka Allah tidak membutuhkan puasanya"* (Hadist Riwayat Bukhari).

Islam pun menuntut pada umatnya untuk menutup keburukan-keburukan dan dosa-dosa orang lain. Sebagaimana hadist Rasulullah Muhammad Saw.,*"Bila seseorang menutup aib saudaranya, Allah akan menutup aibnya pada hari kiamat. Bila seseorang membukakan aib saudaranya,*

Allah akan membukakan aibnya sendiri, meskipun ia bersembunyi di dalam rumahnya sendiri". Foto atau berita tentang seseorang boleh disiarkan bila dianggap dapat membantu kesulitannya, dan itu merupakan tugas penting surat kabar (wartawan). Suatu berita atau gambar, bahkan bila benar, tidak boleh dipublikasikan bila akan merusak kepentingan umat atau akidah mereka.

Dalam Islam dikenal yang namanya Ghibah, yakni memperguncingkan kejelekan orang lain. Jadi, landasannya sangat kuat jika para tokoh Nahdhiyin memberikan "fatwa" bahwa siaran-siaran informasi atau berita baik dalam bentuk tulisan maupun audiovisual yang masuk kategori ghibah haram untuk ditonton oleh umat Islam.

Secara teoretis, Shoemaker dan Reese (dalam Nurrudin,2003) mengungkapkan tentang etika yang harus ditaati oleh seorang jurnalis. Pertama, seorang jurnalis atau wartawan harus mempunyai *tanggung jawab* setiap memberitakan sesuatu. Jurnalis tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi diberangi dengan tanggung jawab terhadap akibat dari pemberitaannya, baik tanggung jawab terhadap diri sendiri, Tuhan, khalayak, maupun masyarakat. Kedua, seorang jurnalis memiliki *kebebasan* untuk memberitakan apapun, terlepas dari pengaruh siapapun. Kebebasan jurnalis adalah jaminan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi untuk masyarakat. Ketiga, seorang jurnalis harus *independen*, tidak partisan, terbebas dari unsur kepentingan yang memihak. Jurnalis hanya mengabdikan pada kepentingan umum. Keempat, seorang jurnalis harus menjamin *ketepatan* dalam pemberitaannya serta *objektif*. Akurasi dan jaminan kebenaran sebuah informasi bagi seorang jurnalis sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan khalayak. Kelima, seorang jurnalis harus memperlakukan *adil* terhadap semua orang. Jurnalis harus memiliki jiwa *fair play* terhadap fakta yang terjadi di lapangan.

Kovach & Tom Rosenstiel (2001:6) menguatkan bahwa seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya harus memenuhi sembilan elemen jurnalisme, yakni: 1) Kewajiban seorang jurnalis berpihak pada kebenaran; 2) Loyalitas utama seorang jurnalis terhadap warga; 3) Intisari tugas jurnalis adalah disiplin dalam verifikasi; 4) Seorang jurnalis harus menjaga independensi terhadap sumber berita; 5) Jurnalis harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan; 6) Jurnalis harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga; 7) Jurnalis harus membuat sesuatu hal yang penting, menarik, dan relevan; 8) Jurnalis harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; dan 9) Jurnalis harus mengikuti hati nurani sendiri.

Sementara itu, Sobur (2001) mengutip sejumlah pendapat pakar yang memberikan batasan tentang wartawan yang baik, di antaranya:

Adolph S. Ochs menyebutkan, wartawan yang baik adalah yang mencintai pekerjaannya, rajin melaksanakannya, dan terutama berhati nurani. Dalam pandangan William Randolp Hearst (1961), seorang wartawan yang berhati nurani harus memenuhi pikiran-pikirannya sendiri mengenai kebenaran dan keadilan dan harus menyesuaikan diri dengan nilai-nilai tinggi yang telah dibina publik untuk dirinya. Menurut Effendy³⁰ pun, seorang wartawan memang harus memiliki hati nurani jurnalistik (*journalistic conscience*) ketika hendak memberitakan dengan ukuran dirinya atau keluarganya. Berita yang ditulisnya harus benar-benar sudah dipikirkan dalam berbagai aspek dengan sangat bijaksana.

Rosihan Anwar (1977:1), mengutip John Hohenberg mengemukakan terdapat empat syarat ideal untuk menjadi seorang wartawan yang baik, yakni: 1) tidak pernah berhenti mencari kebenaran; 2) maju terus menghadapi jaman yang berubah dan jangan menunggu sampai dikuasai olehnya; 3) melaksanakan jasa-jasa yang berarti dan ada konsekuensinya bagi umat manusia; dan 4) memelihara kebebasan yang tetap teguh. Anwar (1996:3) pun menambahkan, wartawan yang baik memerlukan keberanian, kejujuran dan integritas yang mendalam. Wartawan yang baik harus menguasai bahasa, memilih dan memperlakukan kata-kata yang tepat dan bagus, serta memiliki pembendaharaan kata yang luas dan penuh makna.

Salah seorang perintis Pers Indonesia, Adinegoro (1961) menyodorkan sifat baik yang harus tertanam dan dipupuk oleh seorang wartawan, yakni: 1) minat yang mendalam terhadap masyarakat dan apa yang terjadi dengan manusianya; 2) sikap ramah tamah terhadap segala jenis manusia dan pandai membawa diri; 3) dapat menimbulkan kepercayaan orang yang dihadapinya; 4) kesanggupan berbicara dengan menulis dalam bahasa Indonesia; 5) memiliki daya peneliti yang kuat dan setia kepada kebenaran; 6) memiliki rasa tanggung jawab dan ketelitian; 7) kerelaan mengerjakan lebih dari apa yang ditugaskan; 8) kesanggupan bekerja cepat; 9) selalu bersikap objektif; 10) memiliki minat yang luas; 11) memiliki daya analisis; 12) memiliki sifat reaktif; 13) teliti dalam mengobservasi; 14) suka membaca; 15) suka memperkaya bahasa.

BAB VI

KODE ETIK JURNALISTIK

C. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Kode Etik Jurnalistik, baik Kode Etik Jurnalistik Media Cetak maupun kode etik Media Elektronik, maupun Media Sosial, kaitannya dengan peran dan fungsi pers dan media massa dalam mengoptimalkan kinerja wartawan yang bertugas mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi sebagai bentuk pelayanan informasi terhadap khalayak/publik.

D. Kode Etik Jurnalistik

Secara profesional, hampir setiap profesi memiliki landasan moral sebagai dasar acuan bagi mereka untuk menjalankan tugas. Dalam konteks personal, para profesional memiliki landasan moral agama. Namun, dalam konteks sosial, setiap kelompok profesional memiliki kesepakatan-kesepakatan dasar yang dijadikan acuan bagi mereka untuk merumuskan landasan moral profesi. Kesepakatan tersebut lahir dengan menggunakan parameter baik-buruk berdasarkan hati nurani mereka. Kesepakatan itu sering disebut sebagai kode etik profesi, seperti kode etik dokter, kode etik pengacara, kode etik apoteker, kode etik wartawan, dan kode etik profesi lainnya.

Wartawan adalah sebuah profesi, sehingga orang yang bertugas sebagai wartawan adalah seorang profesional. Lakshamana Rao (dalam Romli, 2003:97) mengemukakan, sebuah pekerjaan dapat disebut sebagai profesi jika memiliki empat hal sebagai berikut :

1. Harus terdapat kebebasan dalam pekerjaan tersebut;
2. Harus ada panggilan dan keterikatan dengan pekerjaan tersebut;
3. Harus ada keahlian (*expertise*);
4. Harus ada tanggung jawab yang terikat pada kode etik pekerjaan.

Tampaknya, empat hal tersebut memenuhi pekerjaan wartawan, sehingga wartawan adalah profesi. Profesional dalam konteks profesi manapun, termasuk profesi wartawan, tidak hanya menyangkut kemampuan atau keterampilan dalam menjalankan tugas kewartawanan, mencari, meramu, dan menyajikan berita, tetapi juga mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkan kode etik dengan ikhlas, konsekuen, dan konsisten. Dalam setiap gerak langkah menjalankan

tugas jurnalistik, wartawan selalu dipenuhi semangat penjiwaan dan pengamalan kode etik jurnalistik.

Seperti halnya profesi lainnya, wartawan memiliki kesepakatan-kesepakatan yang berlandaskan hati nurani mereka, landasan moral tersebut yang disebut sebagai kode etik wartawan atau lebih populer dengan sebutan KEJ (Kode Etik Jurnalistik). Menurut Naungan Harahap (2007)⁵, kode etik wartawan adalah landasan moral bagi wartawan yang berisi kaidah penuntun serta pemberi arah tentang apa yang seharusnya dilakukan dan tentang apa yang seharusnya tidak dilakukan wartawan dalam menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya.

Karena berlandaskan hati nurani wartawan, kode etik wartawan sering disebut sebagai kata hati para wartawan. Oleh karena itu, setiap wartawan wajib menghayati kode etik untuk kemudian mengamalkan dengan sungguh-sungguh ketika menjalankan tugas sehari-hari. Sebagaimana kode etik profesi lainnya, kode etik wartawan pun pada hakikatnya mencakup upaya manusia untuk menilai atau memutuskan suatu perbuatan atau sikap mana yang baik dan mana yang buruk; mana yang benar dan mana yang salah. Oleh karena itu, konsekuensi dari kode etik ini, terdapat sanksi-sanksi jika dilakukan pelanggaran.

Kaitannya dengan penegakan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik, terdapat dua prinsip yang melekat dalam kode etik wartawan, yakni, kode etik wartawan bersifat personal dan otonom dengan bertolak dari hakikat kode etik yang dibuat oleh, dari, dan untuk wartawan. Kode etik wartawan bersifat personal karena penataan atas kode etik tergantung sepenuhnya pada hati nurani wartawan. Prinsip ini sebagai konsekuensi bahwa kode etik wartawan dibuat oleh, dari, dan untuk para wartawan, sehingga yang menentukan telah terjadi pelanggaran terhadap kode etik adalah para wartawan sendiri yang dalam konteks Indonesia tergabung dalam organisasi Dewan Pers. Sementara itu, yang memutuskan sanksi bagi para wartawan yang melanggar kode etik wartawan sepenuhnya wewenang organisasi wartawan dan atau perusahaan pers tempat wartawan tersebut bekerja.

Penetapan pelanggaran KEJ berdasarkan penilaian Dewan Pers dan penjatuan sanksi atas pelanggaran tersebut diberikan oleh organisasi kewartawan atau perusahaan pers merupakan bukti KEJ berprinsip otonom. Pihak lain tidak diberikan "kesempatan" untuk menjatuhkan sanksi terhadap wartawan yang melanggar KEJ.

Selain kedua prinsip tersebut, KEJ pun bersifat universal. Kode etik yang berlaku bagi wartawan di suatu negara berlaku juga bagi

wartawan di negara lain karena esensi dan prinsip-prinsip kode etik adalah bahwa berita pers harus berimbang, bersifat netral, obyektif, akurat, faktual, tidak mencampuradukan fakta dan opini, tidak memasuki hal-hal yang bersifat pribadi (*privacy*), menghormati asas praduga tak bersalah, tidak bersifat fitnah, dusta, dan cabul, serta judul berita mencerminkan isi berita. Semua itu berlaku bagi semua wartawan di manapun berada.

Seperti halnya perjalanan kehidupan dunia kewartawanan (pers) di Indonesia, kode etik wartawan pun mengalami perjalanan sejarah yang panjang. Berikut periodeisasi masa berlakunya kode etik wartawan di Indonesia yang silih berganti sesuai tuntutan kebutuhan.

Tabel 6.1⁶
Perjalanan Kode Etik Jurnalistik di Indonesia

No	Istilah	Periodisasi	Jumlah Pasal
1	Kode Etik Jurnalistik	1961-1968	7
2	Kode Etik Jurnalistik	1968-1973	7
3	Kode Etik Jurnalistik	1973-1980	7
4	Kode Etik Jurnalistik	1980-1990	7
5	Kode Etik Jurnalistik	1990-1994	6
6	Kode Etik Jurnalistik	1994-1998	4 Bab, 17 Pasal
7	Kode Etik Jurnalistik	1998-2003	4 Bab, 17 Pasal
8	Kode Etik Jurnalistik	2003	4 Bab 17 Pasal
9	Kode Etik Jurnalistik	2006	11 Pasal

Berbicara sejarah KEJ, pasti tidak akan dapat melepaskan diri dari peran Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)⁷ karena sebelum era reformasi, PWI satu-satunya wadah tempat berhimpun para wartawan di seluruh Indonesia. Oleh karena ini, peran PWI sangat dominan dalam membidani lahirnya KEJ, sehingga pada era lalu KEJ tersebut dikenal dengan KEJ-PWI.

KEJ-PWI pertama kami disusun dan ditetapkan oleh PWI pada tahun 1955 di Prapat, Sumatra Utara sebagai hasil dari tim yang diketuai oleh S. Tasrif. Sejak itu, KEJ-PWI mengalami beberapa kali perubahan, antara lain pada kongres ke-17 di Manado, November 1983. Kemudian, pada Kongres ke-18 di Samaranda, 28 November – 1 Desember 1988, tetapi pada kongres itu tidak terdapat perubahan. Namun, Kongres

memutuskan tidak menutup kemungkinan penyempurnaan jika Pengurus Pusat (PP) PWI menganggap perlu adanya penyempurnaan. Sejalan dengan amanat Kongres, pada tahun 1989 Tim Penyempurnaan KEJ yang dibentuk PP PWI menyusun konsep penyempurnaan KEJ. Dalam Kongres ke-19 di Bandar Lampung, 2-5 Desember 1993, diputuskan, menugaskan PP PWI periode 1993-1998 untuk penyempurnaan KEJ. Kemudian mensyiahkannya melalui Konkernas di Batam tahun 1994. Konkernas menghasilkan KEJ yang disempurnakan serta menugaskan kepada PP PWI untuk menyusun penafsirannya.

Pada era reformasi, pasca berlakunya Kode Etik Jurnalistik tahun 2003 yang lahir berdasarkan hasil keputusan Kongres XXI PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) di Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Dewan Pers menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang berubah menjadi KEWI (Kode Etik Wartawan Indonesia). KEWI lahir berdasarkan SK Dewan Pers No. 1/SK-DP/2000 yang memuat 7 Pasal dan Penafsiran. KEWI ini hanya bertahan sampai 24 Maret 2006. Selanjutnya, melalui SK No. 03/SK-DP/III/2006, Dewan Pers mengganti KEWI menjadi Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang memuat 11 Pasal dan Penafsiran, mulai berlaku 24 Maret 2006.

Berlakunya KEJ yang baru ini dilatarbelakangi perkembangan sangat pesat dalam kehidupan pers nasional selama era reformasi yang didorong lahirnya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Kehidupan Pers di Indonesia. Kewi yang sempat disepakati oleh 26 organisasi wartawan di Bandung, 6 Agustus 1999 dinilai tidak valid dan masih perlu dilengkapi dengan menampung berbagai persoalan pers sesuai perkembangan tuntutan zaman, terutama makin meningkatnya jumlah media massa, baik media cetak maupun elektronik.

Pengesyaan KEJ-DP yang baru dinilai kalangan pers memiliki makna penting dalam perkembangan pers di Indonesia. Karena KEJ-DP merupakan produk asli Dewan Pers yang mendapat pengakuan luas dan disetujui oleh sebagian besar asosiasi wartawan cetak dan elektronik, Serikat Penerbit Pers (SPS), dan Asosiasi Televisi Seluruh Indonesia (ATVSI). Beberapa rumusan dan tafsiran KEJ memberikan dimensi baru untuk dunia pers. Salah satunya ikhwal menulis dan menyiarkan berita wartawan harus memiliki itikad baik atau sebaliknya tidak boleh beritikad buruk. Pasal 1 KEJ-DP berbunyi, *"Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikal buruk."* Rumusan ini memberikan payung perlindungan yang kuat, baik untuk pihak pers maupun untuk masyarakat luas.

Secara substansial pasal-pasal dalam KEJ-DP berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/IIIV2006 tersebut dapat ditafsirkan pasal per pasal sebagai berikut :

Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Penafsiran

- a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
- b. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objek ketika peristiwa terjadi.
- c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
- d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Pasal 2

Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Penafsiran

Yang dimaksud cara-cara yang profesional sebagai berikut :

- a. menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
- b. menghormati hak privasi;
- c. tidak menyuap;
- d. menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
- e. rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
- f. menghormati pengalaman traumatik narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;
- g. tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
- h. penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

Pasal 3

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Penafsiran

- a. Menguji informasi berarti melakukan *check and recheck* tentang kebenaran informasi itu.

- b. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.
- c. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
- d. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip tidak menghakimi seseorang.

Pasal 4

Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.

Penafsiran

- a. Bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi.
- b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk.
- c. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan.
- d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.
- e. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.

Pasal 5

Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

Penafsiran

- a. Identitas adalah semua data dan informasi yang menyangkut diri seseorang yang memudahkan orang lain untuk melacak.
- b. Anak adalah seorang yang berusia kurang dari 16 tahun dan belum menikah.

Pasal 6

Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

Penafsiran

- a. Menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum.

- b. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi independensi.

Pasal 7

Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.

Penafsiran

- a. Hak tolak adalah hak untuk tidak mengungkapkan identitas dan keberadaan narasumber demi keamanan narasumber dan keluarganya.
- b. Embargo adalah penundaan pemuatan atau penyiaran berita sesuai dengan permintaan narasumber.
- c. Informasi latar belakang adalah segala informasi atau data dari narasumber yang disiarkan atau diberitakan tanpa menyebutkan narasumbernya.
- d. *Off the record* adalah segala informasi atau data dari narasumber yang tidak boleh disiarkan atau diberitakan.

\

Pasal 8

Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

Penafsiran

- a. Prasangka adalah anggapan yang kurang baik mengenai sesuatu sebelum mengetahui secara jelas.
- b. Diskriminasi adalah pembedaan perlakuan.

Pasal 9

Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

Penafsiran

- a. Menghormati hak narasumber adalah sikap menahan diri dan berhati-hati.
- b. Kehidupan pribadi adalah segala segi kehidupan seseorang dan keluarganya selain yang terkait dengan kepentingan publik.

Pasal 10

Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

Penafsiran

- a. Segera berarti tindakan dalam waktu secepat mungkin, baik karena ada maupun tidak ada teguran dari pihak luar.
- b. Permintaan maaf disampaikan apabila kesalahan terkait dengan substansi pokok.

Pasal 11

Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Penafsiran

- a. Hak jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
- b. Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
- c. Proporsional berarti setara dengan bagian berita yang perlu diperbaiki.

Kode Etik Jurnalistik tersebut ditetapkan Selasa, 14 Maret 2006 di Jakarta dengan ditandatangani 29 organisasi kewartawanan di Indonesia. Ke-29 organisasi tersebut sebagai berikut :

1. Aliansi Jurnalis Independen (AJI); Abdul Manan
2. Aliansi Wartawan Independen (AWI); Alex Sutejo
3. Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI); Uni Z. Lubis
4. Asosiasi Wartawan Demokrasi Indonesia (AWDI); OK. Syahyan Budiwahyu
5. Asosiasi Wartawan Kota (AWK); Dasmir Ali Malayoe
6. Federasi Serikat Pewarta; Masfendi
7. Gabungan Wartawan Indonesia (GWI); Fowa'a Hia
8. Himpunan Penulis dan Wartawan Indonesia (HIPWI); RE Hermawan S
9. Himpunan Insan Pers Seluruh Indonesia (HIPSI); Syahril
10. Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI); Bakti Nugroho
11. Ikatan Jurnalis Penegak Harkat dan Martabat Bangsa (IJAP HAMBABA); Boyke M. Nainggolan
12. Ikatan Pers dan Penulis Indonesia (IPPI); Kasmarios, SmHk
13. Kesatuan Wartawan Demokrasi Indonesia (KEWADI); M. Suprpto
14. Komite Wartawan Reformasi Indonesia (KWRI); Sakata Barus

15. Komite Wartawan Indonesia (KWI); Herman Sanggam
16. Komite Nasional Wartawan Indonesia (KOMNAS-WI); A.M. Syarifuddin
17. Komite Wartawan Pelacak Profesional Indonesia (KOWAPPI); Hans Max Kawengian
18. Korp Wartawan Republik Indonesia (KOWRI); Hasnul Amar
19. Perhimpunan Jurnalis Indonesia (PJI); Ismed Hasan Putro
20. Persatuan Wartawan Indonesia (PWI); Wina Armada Sukardi
21. Persatuan Wartawan Pelacak Indonesia (PEWARPI); Andi A. Mallarangan
22. Persatuan Wartawan Reaksi Cepat Pelacak Kasus (PWRCPPK); Jaja Suparja Ramli
23. Persatuan Wartawan Independen Reformasi Indonesia (PWIRI); Ramses Ramona S.
24. Perkumpulan Jurnalis Nasrani Indonesia (PJNI); Ev. Robinson Togap Siagian
25. Persatuan Wartawan Nasional Indonesia (PWNI); Rusli
26. Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) Pusat; Mahtum Mastroem
27. Serikat Pers Reformasi Nasional (SEPERNAS); Laode Hazirun
28. Serikat Wartawan Indonesia (SWI); Daniel Chandra
29. Serikat Wartawan Independen Indonesia (SWII); Gunarso Kusumodiningrat

E. Kode Etik Jurnalis Televisi

Pada pase berikutnya, sesuai dengan perkembangan pertelevisian Indonesia yang pesat, maka lahirlah Kode Etik Jurnalis Televisi. Dalam konteks eksternal, lahirnya KEJTV ini dilatarbelakangi situasi pasca-Orde Baru yang makin memberikan "kebebasan" kepada eksistensi pertelevisian nasional. Pada era sebelum tahun 80-an, dunia pertelevisian Indonesia didominasi oleh siaran pemerintah melalui TVRI. Namun, setelah itu perlahan, tetapi pasti bermunculan televisi swasta yang memberikan warna tersendiri dalam kancah pertelevisian nasional. Apalagi pasca Orde Baru, jumlah stasiun televisi, terutama televisi swasta makin membengkak, bahkan tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga televisi lokal.

Visi televisi nasional pun mengalami perkembangan sangat pesat. Televisi yang selama ini terkesan hanya didominasi oleh siaran hiburan, mengalami perubahan. Beberapa televisi mengubah visi pada komitmen pemberitaan, seperti yang dilakukan oleh Metro TV dan akhir-akhir ini dilakukan oleh TV One.

Era otonomi daerah pun memberikan peran besar pada media massa. Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 yang direvisi menjadi Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah lebih menitikberatkan pada partisipasi dan kontrol masyarakat serta pemberdayaan institusi lokal. Salah satu upaya yang harus dilakukan demi suksesnya otonomi daerah adalah mengoptimalkan peran institusi lokal nonpemerintah, seperti media massa.

Masyarakat Transparansi Indonesia (2002) mencatat beberapa aspek penting dari peran institusi lokal, yakni: a) sebagai *civil society* yang ikut berpartisipasi sekaligus melakukan kontrol terhadap kebijakan publik yang diambil pemerintah, b) dapat menjadi lembaga alternatif bagi masyarakat yang dapat melahirkan konsep-konsep alternatif bagi perkembangan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan lokal, c) dapat melakukan upaya penyadaran bagi masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam proses pembangunan lokal, dan d) saluran alternatif bagi aspirasi masyarakat yang tersumbat oleh lembaga eksekutif atau legislatif.

Konsepsi ideal era otonomi daerah tersebut memberi kesempatan besar bagi media massa lokal untuk lebih berperan aktif, sekaligus merupakan peluang dan tantangan untuk lebih maju daripada media nasional. Karena selama ini, disadari ataupun tidak, selaras dengan sentralistik pemerintahan masa lalu, media massa lokal selalu ditempatkan pada posisi nomor dua di mata masyarakat.

Realitas masa lalu tidak dapat disangkal bahwa media massa yang dominan mengusung *local message* lebih cenderung terpuruk ketimbang yang banyak menyodorkan *global message*. Tidak ada satu pun media massa di Jawa Barat, misalnya, yang menggunakan sarana komunikasi bahasa Sunda hidup lebih layak. Nyaris semua media cetak berbahasa Sunda dalam kondisi kembang kempis. Bahkan, di beberapa daerah di Indonesia, media cetak berbahasa daerah sudah lama lenyap.

Hal yang sama menimpa juga pada media elektronik, terutama televisi lokal. Jika tidak segera beranjak, televisi lokal pun akan ditinggalkan. Beruntung, beberapa radio sudah lama beralih visi sehingga selamat. Namun, radio yang masih berkulat pada kubangan *local message* harus menerima nasib yang sama.

Padahal dalam skala nasional, pada era reformasi ini sistem politik Indonesia memberikan kebebasan lebih pada media massa untuk berekspresi jika dibandingkan pada era Orde Baru. Eksistensi media massa saat ini lebih mendapatkan tempat untuk memosisikan diri sebagai kekuatan keempat (*fourth estate*) dalam suatu negara yang menganut sistem pemerintahan pembagian kekuasaan, seperti Indonesia. Media

massa adalah kekuasaan mandiri, setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

Strategi komunikasi yang berkembang pun tidak lagi *centrist vertical* seperti pada masa Orde Baru. Pada masa itu, media massa hanya menjadi corong komunikator puncak yang duduk di jabatan tertinggi pemerintahan sehingga informasi yang beredar pun hanya untuk kepentingan pemerintahan. Sementara itu, masyarakat diposisikan hanya sebagai komunikan yang dijejali dengan berbagai propaganda. Di Indonesia saat ini sudah berkembang strategi komunikasi *two way traffic* yang dalam pandangan Peterson dan Burnett, telah terjadi komunikasi vertikal *downward communication* dan *upward communication*.

Realitas tersebut merupakan angin surga bagi kehidupan media massa di tanah air. Setidaknya, media massa pada orde ini dapat lebih memberdayakan dirinya sembari tetap mempertahankan empat fungsi pokoknya, yakni, memberikan informasi (*to inform*), menjadi media pendidikan (*to educate*), sarana hiburan bagi masyarakat (*to entertain*), dan kontrol sosial (*social control*). Keempat fungsi pokok tersebut harus dikayuh dalam bingkai-bingkai norma yang berlaku, baik norma hukum, norma agama, norma susila, maupun norma kesopanan. Dengan begitu, cita-cita pers yang bertanggung jawab itu tidak lagi mengukir di atas laut.

Dari ketiga media massa (surat kabar & majalah, radio, dan televisi), televisilah yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan terhadap masyarakat. Televisi yang dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar serta "datang langsung" ke rumah-rumah masyarakat. Dengan segala kemudahan, masyarakat dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca), dan proses pendidikan pun dapat dilakukan dengan jelas.

Media elektronik tidak mengenal daratan dan lautan, gunung-gunung, dan lembah-lembah. Bahkan, batas negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran televisi dari negara lain. Apalagi jika dilengkapi dengan teknologi yang lebih mutakhir, semua siaran televisi dunia dapat disaksikan di rumah bersama keluarga.

Karena kemampuan daya sebar dan daya pikat itulah, pada era ini, komunikan (masyarakat) lebih besar perhatiannya terhadap televisi ketimbang media massa lainnya. Bahkan, dari sisi usia komunikan, televisi dapat menyerap perhatian semua segmen pasar khalayak. Mulai

anak-anak, remaja, dewasa, sampai pada orang tua dapat menyaksikan semua acara televisi dengan tidak perlu memiliki kemampuan khusus, seperti, halnya kehadiran media cetak yang memerlukan kemampuan membaca.

Dalam *frame* bisnis, kelebihan-kelebihan televisi dalam menyerap daya tarik masyarakat ketimbang media massa lainnya, merupakan proyek besar yang berprospek cerah. Setidaknya, ada dua kelompok usaha yang dapat bermain dalam kancah kegiatan media televisi, yakni, kelompok usaha penyelenggara siaran dan kelompok usaha pemanfaat siaran televisi.

Bagi satu kelompok usaha, televisi adalah satu sarana efektif untuk mengiklankan produknya. Beberapa penelitian membuktikan bahwa siaran iklan di televisi lebih efektif ketimbang di media massa lainnya. Kondisi tersebut merupakan realitas yang tidak dapat ditolak karena keunggulan televisi tadi yang dapat menyebarkan pesan dengan dimensi lengkap, yakni, khalayak dapat membaca, mendengar, dan melihat. Sementara itu, media cetak hanya dapat diserap pesannya dengan membaca dan radio hanya dapat ditangkap dengan pendengaran. Kelompok usaha satu lagi memandang besarnya perhatian kelompok usaha pertama adalah keuntungan. Dengan menyelenggarakan kegiatan siaran televisi, mereka dapat mengeruk kocek kelompok usaha pertama yang menggunakan jasa siaran televisi.

Namun, di antara kedasyatan daya pengaruh televisi, selain aspek-aspek positif juga dampak negatif pun tidak dapat terelakan terjadi. Siaran televisi pun dapat menjadi sumber inspirasi bagi terjadinya tindak kejahatan modern, termasuk dalam konteks lebih luas mengubah perilaku masyarakat, terutama kalangan muda.

Salah satu tayangan televisi, misalnya, yang sering dituduh berpengaruh besar pada perilaku khalayak adalah tayangan kekerasan. Masyarakat menganggap, tayangan kekerasan di televisi dapat mendorong seseorang (anak-anak) menjadi kurang peka terhadap kekerasan yang terjadi di sekitar mereka. Bahkan, bukan hal yang tidak mungkin, kekerasan tersebut akan mereka praktekan dalam kehidupan realitas terhadap teman main atau kepada siapa saja yang memungkinkan dapat mereka lakukan. Tewasnya seorang bocah di Katapang, Kabupaten Bandung pada November 2006, misalnya, menjadi sampel yang kuat atas kebenaran anggapan tersebut. Tewasnya anak itu diindikasikan akibat acara "Smack Down" yang ditayangkan oleh salah satu televisi swasta telah mempengaruhi anak-anak sehingga mengumbar kekerasan.

Yang menjadi *grand problem*, bukan hanya tindak kekerasan yang sudah mewabah pada usia bocah, tetapi yang lebih besar adalah kekuatan daya siraf televisi terhadap penontonnya. Dengan kekuatannya, televisi dapat mendorong setiap orang (terutama anak-anak) melakukan tindakan sesuai dengan yang ditayangkan di televisi. Televisi, meminjam istilah Deddy Mulyana (2001), memiliki kemampuan “menyihir” pemirsa, sehingga mendapat julukan : kotak ajaib, *electronic baby sitter*, narkotik elektronik, “tuhan kedua” atau bahkan “tuhan pertama”.

Tayangan kekerasan hanya sebagian kecil dari tayangan televisi yang “mengecewakan”. Masih banyak acara televisi lainnya yang dapat mengubah karakteristik masyarakat dari karakteristik positif ke karakteristik negatif. Bahkan, ketika “kotak ajaib” ini mulai lahir, respon negatif terhadap kehadirannya menjadi bagian dari cacatan buram perkembangan teknologi informasi. Deppen (dulu), Leknas dan LIPI, puluhan tahun ke belakang sudah menyimpulkan hasil penelitian mereka bahwa pengaruh televisi pada kehidupan masyarakat sangat memprihatinkan. Akibat masuknya televisi ke pedesaan, pola kehidupan warga desa menjadi berubah; anak-anak sekolah menjadi mundur dalam pelajarannya karena waktu malamnya dihabiskan untuk nonton televisi, frekuensi bolos sekolah dan mengaji menjadi lebih tinggi.

Penelitian berbagai penelitian terus banyak dilakukan baik oleh kalangan perguruan tinggi maupun kelompok masyarakat lainnya yang konsen terhadap pengaruh tayangan televisi. Semuanya hampir senada menyimpulkan bahwa tayangan negatif di televisi akan membawa dampak negatif terhadap pemirsa. Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*) dari A. Bandura dan R.H.Wlaters (1963) yang mengungkapkan bahwa manusia belajar bukan saja dari pengalaman, tetapi dari peniruan (*modeling*), menguatkan bahwa belajar peniruan lebih berhasil dengan menggunakan media televisi.

Oleh karena itu, gelombang kekhawatiran terhadap pengaruh tayangan televisi terjadi di seluruh dunia, termasuk di Amerika Serikat. Film-film yang banyak menayangkan adegan kekerasan dan seksual, seperti Film Beverly Hills 90210 dan Melrose Place sempat menuai protes dari berbagai kalangan. Mereka khawatir gaya hidup yang imoral akan mewabah di kalangan remaja.

Kuatnya daya pikat dan daya pengaruh televisi, melimpahnya jumlah stasiun televisi, munculnya sejumlah insan pers pengelola televisi yang kurang memiliki kematangan visi, dan terbukanya kran kebebasan pers untuk berekspresi berindikasi kuat pada pengaruh buruk televisi terhadap perilaku masyarakat. Indikasi itu bukan tidak beralasan kuat, karena kajian-kajian telah banyak dilakukan dan nyaris semua mengarah

pada kesimpulan bahwa kontribusi televisi terhadap menurunnya moral bangsa, khususnya kenakalan remaja cukup besar.

Kondisi inilah yang nampaknya perlu penyikapan serius dari semua elemen bangsa. Karena kita pun tidak dapat menutup mata, dari berbagai pengaruh negatif tayangan televisi, pengaruh positif pun tidak sedikit. Selain anak dapat menjadi tidak kreatif, banyak berimajinatif, atau dikategorikan katarsis (melarikan diri dari rutinitas persoalan dan tekanan hidup), televisi pun dapat menambah pengetahuan dan pengalaman. Di antaranya, semua itu sangat bergantung pada insan televisi; para pengelola televisi.

Dalam konteks pengelolaan pemberitaan di televisi, sejumlah insan pers atau para jurnalis televisi sepakat, untuk bersikap lebih arif dalam menyajikan informasi di televisi. Untuk menegakkan martabat, integritas, dan mutu Jurnalis televisi Indonesia, serta bertumpu kepada kepercayaan masyarakat, Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) menetapkan Kode Etik Jurnalis Televisi, yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh Jurnalis Televisi Indonesia. Jurnalis televisi Indonesia mengumpulkan dan menyajikan berita yang benar dan menarik minat masyarakat secara jujur dan bertanggungjawab.

IJTI adalah suatu asosiasi yang menghimpun para jurnalis televisi dan didirikan pada era reformasi, Agustus 1998, setelah Presiden Soeharto mengundurkan diri. Pada saat itu, ratusan jurnalis televisi dari RCTI, TPI, SCTV, Indosiar, dan ANTV berkumpul di Jakarta untuk melakukan kongres pertama dan sepakat mendirikan IJTI serta memilih pengurus pertama .

Kongres Pertama Jurnalis Televisi Indonesia diadakan di Hotel Menara Peninsulla, 8-9 Agustus 1998, diikuti tidak kurang dari 300 peserta dari jurnalis TVRI, RCTI, SCTV, TPI, Indosiar dan ANTV. Gerakan reformasi itu pula yang mempermudah insan jurnalis televisi untuk berhimpun dengan semangat kebersamaan memperjuangkan kebebasan pers dengan menjunjung tinggi kejujuran, keadilan serta profesionalisme dalam menegakkan demokrasi.

Keputusan yang dihasilkan adalah deklarasi pembentukan organisasi Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia disingkat IJTI. Kongres juga menetapkan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, Program Kerja dan Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia serta menetapkan Haris Jauhari sebagai Ketua Umum.

Rapat Formatur akhirnya menetapkan susunan Dewan Pengurus sebagai berikut : Ketua Umum : Haris Jauhari (TPI), Sekretaris Jenderal : Ahmad Zihni Rifai (RCTI), Wakil Sekjend : Nugroho F.Yudho (Indosiar), Bendahara : Kukuh Sanyoto (RCTI), Ketua Bidang Organisasi : Reva

Deddy Utama (ANTV), Ketua Bidang Diklat dan Litbang : Iskandar Siahaan (SCTV), Ketua Bidang Kesejahteraan dan Advokasi : Despen Omposunggu (Indosiar), Ketua Bidang Hubungan Luar Negeri : Usy Karundeng (TVRI)

Pengurus juga memberikan mandat antara lain kepada : Azkarmin Zaini (ANTV), Deddy Pristiwanto (Indosiar), Yasirwan Uyun (TVRI), Sumita Tobing (SCTV), sebagai anggota Dewan Kehormatan IJTI, yang bertugas mengawasi pelaksanaan Kode Etik IJTI. Dalam perjalanannya, karena Ahmad Zihni Rifai tidak aktif lagi sebagai jurnalis, maka kedudukannya digantikan oleh Nugroho F.Yudho sebagai Sekjend dan Teguh Juwarno sebagai Wakil Sekjend. Sementara itu, Despen Omposunggu karena tidak aktif juga kedudukannya sebagai Ketua Bidang Advokasi dan Kesejahteraan digantikan oleh Herling Tumbel. Kukuh Sanyoto sebagai Bendahara juga karena tidak aktif lagi sebagai jurnalis, maka kedudukannya diganti Immas Sunarnya (TVRI).

Antusiasme Jurnalis dari berbagai daerah pun meningkat agar IJTI membentuk cabang di daerah. Berdasarkan rapat pengurus, ditetapkan pembentukan Kordinatoriat Daerah, dengan terlebih dahulu membuat aturan main organisasi yang dipercayakan pada Bidang Organisasi IJTI. Sejak itulah lahir pedoman Organisasi Korda yang berisi ketentuan organisasi IJTI di tingkat Daerah Propinsi, sebagai kepanjangan tangan IJTI pusat di Jakarta. Pada tahun 1999, secara resmi terbentuk 9 Korda :

1. Korda Jawa Barat di Bandung , dengan Ketuanya Ilmi Hatta.
2. Korda Jawa Tengah di Semarang, dengan Ketuanya Bambang Hengky.
3. Korda Jawa Timur di Surabaya, dengan Ketuanya Dheny Reksa.
4. Korda Sumut di Medan (Aceh & Riau) dengan Ketuanya Bagi Astra Sitompul.
5. Korda Sumatera Selatan di Palembang, dengan Ketuanya Epran Mendayun.
6. Korda Kalimantan Selatan di Banjarmasin, dengan Ketuanya Beben Mahdian Noor.
7. Korda Sulawesi Selatan di makassar, dengan ketuanya Hussain Abdullah.
8. Korda Sulawesi Utara di Manado, dengan Ketuanya Fais Albar.
9. Korda Bali dan NTB di Denpasar, dengan Ketuanya Moh. Hafizni.

Dalam regulasi di bidang pers dan penyiaran, IJTI berpartisipasi sebagai penyumbang ide dan sikap dalam RUU Pers maupun RUU

Penyiaran, yang intinya adalah jaminan kemerdekaan pers, perlindungan Wartawan dan mencegah agar masalah kinerja jurnanisme televisi tidak diatur oleh Undang-Undang melainkan dikembalikan kepada Kode Etik Jurnalistik. IJTI juga mendesak kepada perusahaan pers agar pemberian kesejahteraan berdasarkan standar kompetensi minimum pekerja pers. IJTI sebagai salah satu dari anggota 26 organisasi wartawan juga turut merumuskan Kode Etik Wartawan Indonesia tahun 1999. Tahun 2000, IJTI mempelopori terbentuknya Komisi Nasional Penyiaran (Komnas Penyiaran), serta pembentukan Kelompok Kerja yang mempunyai tugas mempersiapkan terbentuk dan berfungsinya Komnas Penyiaran. Pembentukan Komisi Nasional Penyiaran ini dideklarasikan usai Seminar dan Lokakarya "*Menyoal Kebijakan Lembaga Penyiaran*" di Hotel Santika, 18 April 2000 dan ditandatangani oleh wakil-wakil dari 12 organisasi dan masyarakat penyiaran.

Pada tanggal 26-27 Oktober 2001, Kongres II IJTI dilaksanakan di Hotel Santika Jakarta. Setelah melalui rapat formatur, ketua umum dan anggota formatur, 2 November dan 19 November 2001 di Jakarta, akhirnya mengesahkan susunan Pengurus IJTI Periode 2001-2004 dengan susunan pengurus sebagai berikut: Ketua Umum : Ray Wijaya (RCTI), Sekretaris Jenderal: Syaefurrahman Al-Banjary (ANTV), Wakil Sekretaris Jenderal : Ahmad Setiono (RCTI), Bendahara : Tiurmaida Tampubolon (TPI), Wakil Bendahara : Shanta Curanggana (TRANS TV), Ketua Bidang Organisasi : Eric Tamalagi (TPI), Ketua Bidang Advokasi & Kesejahteraan : Elprisdad (ANTV), Ketua Bidang Diklat dan Litbang : Asroru Maula, Ketua Bidang Hubungan Luar Negeri : Rizal Yussac (TV 7)

Kongres ke-3 IJTV dilaksanakan di Hotel Twins Plaza Jalan S. Parman, 21 – 22 Juli 2005. Kongres ke-3 cukup meriah karena telah didahului sosialisasi dari beberapa stasiun televisi baru seperti Lativi (sekarang berganti nama menjadi TVone), Global TV dan televisi lama Indosiar. Tidak kurang dari 120 orang terlibat dalam kongres, meski pada akhir kongres pemilihan ketua umum hanya 75 orang yang hadir dan berhak memberikan suaranya. Peserta dari daerah antara lain Banjarmasin, Manado, Palembang, Medan, Palu, Ambon, Lombok, Bandung, dan Semarang. Kongres ke-3 itu juga dihadiri peserta dari televisi lokal antara lain TA-TV Solo, Srijunjung TV Jambi, dan lain-lain. Kongres berhasil memutuskan sejumlah ketetapan: AD/ART, Program Kerja, Kode Etik, Rekomendasi eksteren dan interen, Pengurus baru periode 2005-2009, dan Dewan Etik berjumlah 7 orang. Dewan Pengurus terpilih masa kerja 2005 – 2009 adalah: Ketua Umum : Imam Wahyudi (RCTI), Sekretaris Jenderal : Elprisdad (ANTV), Ketua Bidang

Organisasi dan Kelembagaan : Makrun Sanjaya (Metro TV), Ketua Bidang Diklat dan Litbang : Rizal Mustari (Trans TV), Ketua Bidang Hubungan Internasional : Pipit Irianto (TVRI), Ketua Bidang Advokasi dan Kesejahteraan : Pasaoran Simanjuntak (TV-7), Bendahara : Aris Budiono (ANTV). Keputusan lainnya yang baru adalah diubahnya Korda menjadi Pengurus Daerah dengan pertimbangan agar pengurus daerah lebih otonom dan tidak hanya melakukan fungsi koordinasi.

Yang paling penting dalam kongres ini adalah lahirnya Ketetapan Kongres IJTI No. 05/Kongres-3/07/2005 tanggal 22 Juli 2005 tentang Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia yang diisinya sebagai berikut:

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Kode Etik Jurnalis Televisi adalah penuntun perilaku Jurnalis televisi dalam melaksanakan profesinya.

BAB II KEPRIBADIAN

Pasal 2

Jurnalis televisi Indonesia adalah pribadi yang mandiri dan bebas dari benturan kepentingan, baik yang nyata maupun terselubung.

Pasal 3

Jurnalis televisi Indonesia menyajikan berita secara akurat, jujur, dan berimbang, dengan mempertimbangkan hati nurani.

Pasal 4

Jurnalis televisi Indonesia tidak menerima imbalan apapun berkaitan dengan profesinya.

BAB III CARA PEMBERITAAN

Pasal 5

Dalam menayangkan sumber dan bahan berita secara akurat, jujur, dan berimbang, Jurnalis televisi Indonesia :

- a. Selalu mengevaluasi informasi semata-mata berdasarkan kelayakan berita, menolak sensasi, berita menyesatkan, memutarbalikkan fakta, fitnah, cabul dan sadis.
- b. Tidak menayangkan materi gambar maupun suara yang menyesatkan pemirsa.
- c. Tidak merekayasa peristiwa, gambar, maupun suara untuk dijadikan berita.
- d. Menghindari berita yang memungkinkan benturan yang berkaitan dengan masalah SARA.
- e. Menyatakan secara jelas berita-berita yang bersifat fakta, analisis, komentar, dan opini.
- f. Tidak mencampur-adukkan antara berita dengan advertorial.
- g. Mencabut atau meralat pada kesempatan pertama setiap pemberitaan yang tidak akurat, dan memberikan kesempatan hak jawab secara proporsional bagi pihak yang dirugikan.
- h. Menyajikan berita dengan menggunakan bahasa dan gambar yang santun dan patut, serta tidak melecehkan nilai-nilai kemanusiaan.
- i. Menghormati *embargo* dan *off the record*.

Pasal 6

Jurnalis televisi Indonesia menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah.

Pasal 7

Jurnalis televisi Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila dan kejahatan anak dibawah umur, wajib menyamarkan identitas wajah dan suara tersangka maupun korban.

Pasal 8

Jurnalis televisi Indonesia menempuh cara yang tidak tercela untuk memperoleh bahan berita.

Pasal 9

Jurnalis televisi Indonesia hanya menyiarkan bahan berita dari stasiun lain dengan izin.

Pasal 10

Jurnalis televisi Indonesia menunjukkan identitas kepada sumber berita jika diperlukan.

BAB IV SUMBER BERITA

Pasal 11

Jurnalis televisi Indonesia menghargai harkat dan martabat serta hak pribadi sumber berita.

Pasal 12

Jurnalis televisi Indonesia melindungi sumber berita yang tidak bersedia diungkap jati dirinya.

Pasal 13

Jurnalis televisi Indonesia memperhatikan kredibilitas dan kompetensi sumber berita.

BAB V
KEKUATAN KODE ETIK

Pasal 14

Kode Etik Jurnalis Televisi ini secara moral mengikat setiap jurnalis televisi Indonesia yang tergabung dalam Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI).

BAB VII

HUKUM KOMUNIKASI

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang aturan-aturan yang terkait dengan kegiatan Jurnalistik yang disebut sebagai empat paket Undang-Undang Komunikasi, yakni UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, dan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

B. Hukum Komunikasi

Selain kode etik, yang menjadi rujukan gerak langkah pers, media massa, dan wartawan dalam berkiprah adalah ketentuan yang dibuat oleh pemerintah. Hal ini sejalan dengan teori umum bahwa sistem pers tidak dapat melepaskan diri dari sistem politik yang berlaku di negara tempat pers itu hidup. Begitu juga sistem Pers Indonesia tidak dapat melepaskan diri dari sistem politik yang berlaku di Indonesia. Oleh karena itu, sistem Pers Indonesia diberinama Sistem Pers Pancasila karena yang melandasi gerak langkah pers nasional adalah Pancasila. Pancasila menjadi dasar bagi semua kegiatan di Republik Indonesia, termasuk pers.

Secara konstitusional, Pers Indonesia memiliki landasan ideal adalah Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Sebetulnya semua sila dalam Pancasila harus tercermin dalam berbagai kegiatan yang dilakukan di Indonesia, termasuk pers. Namun, yang menjadi landasan utama pers adalah sila keempat, *"Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawarah Perwakilan."* Sila ini dijabarkan dalam pasal-pasal yang ada pada UUD 1945. Khusus mengenai pasal yang berkaitan dengan pers di antaranya: Pasal 28 yang berbunyi, *"Kemerdekaan berserikat, berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang."* Kemudian, Pasal 28 F yang berbunyi, *"Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia."*

Pasal-pasal berkaitan dengan pers tersebut sebagaimana amanah Pasal 28 ditetapkanlah sejumlah undang-undang yang baik secara langsung maupun tidak langsung mengatur tentang kehidupan pers nasional. Setidaknya, terdapat empat undang-undang yang berlaku saat ini yang berkaitan langsung dengan pengaturan kehidupan pers yang dapat

disebut sebagai empat paket Hukum Komunikasi, yakni, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

1. Undang-Undang Pokok Pers

Era reformasi yang terjadi dalam kehidupan politik nasional telah juga mengubah wajah Pers Nasional. Makin menguatkan kedaulatan rakyat di Republik Indonesia, menguatkan juga komitmen pada penyelenggara negara untuk mengimplementasikan Undang-Undang Dasar 1945. Salah satu pasal yang diimplementasikan pada UUD 1945 adalah pasal 28. Pasal ini di antaranya mengamanatkan bahwa kemerdekaan pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang demokratis. Kemerdekaan pers adalah kemerdekaan mengeluarkan pikiran dan pendapat yang jelas-jelas dijamin dalam UUD 1945.

Upaya implementasi dari pasal tersebut pun dengan mengubah peraturan perundangan tentang pers. Awalnya, kehidupan pers diatur melalui Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers yang setahun kemudian diubah menjadi Undang-Undang No. 4 Tahun 1967. Lima belas tahun kemudian, lahir Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 yang mengokohkan kedudukan pemerintahan Orde Baru. Sejalan dengan berhembusnya angin reformasi, sehingga hal-hal yang bernuansa Orde Baru menjadi agenda pokok reformasi, sehingga undang-undang tentang pers pun setelah berlaku selama lebih kurang tujuh belas tahun, direformasi menjadi Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Karena undang-undang tersebut lahir di masa reformasi dengan semangat yang tinggi untuk melakukan koreksi terhadap kebijakan Orde Baru, maka terdapat perubahan yang sangat signifikan dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 jika dibandingkan dengan undang-undang pers sebelumnya. Kendati dalam konteks isi, Undang-Undang No.40 Tahun 1999 sangat ringkas, tetapi dari sisi substansi terjadi perubahan besar-besaran.

Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 terdiri dari sepuluh Bab dan 21 pasal. Satu pasal tentang ketentuan umum; lima pasal tentang asas, fungsi, hak, kewajiban, dan peranan pers; dua pasal tentang wartawan; enam pasal tentang perusahaan pers; satu pasal tentang Dewan Pers; satu pasal tentang Pers Asing; satu pasal tentang Peran Serta Masyarakat; satu

pasal tentang ketentuan pidana; satu pasal ketentuan peralihan; dan dua pasal ketentuan penutup.

Hal-hal yang sangat substansial yang tercantum dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, di antaranya sebagai berikut:

1. Kebebasan berorganisasi bagi wartawan dijamin langsung melalui pasal 7. Pasal ini mengamanatkan bahwa wartawan besar memilih organisasi kewartawanan. Hal itu memiliki makna substantif bahwa pada era Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, tidak lagi terjadi monovoli organisasi kewartawanan. Padahal, secara historis kehidupan pers nasional selalu dihadapkan pada organisasi kewartawan yang tunggal. Apalagi pada era Orde Baru, organisasi kewartawanan itu hanya satu, yakni: PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), sehingga organisasi-organisasi lain, kendati didirikan oleh wartawan dianggap organisasi tidak syah atau bahwa dicap sebagai organisasi “liar”. Oleh karena itu, pada masa Orde Baru, setiap institusi hanya mengakui wartawan yang berorganisasi di PWI. Bahkan, sejumlah instansi Pemerintah kerap kali memasang stiker biru yang bertuliskan, “Tidak melayani wartawan bukan anggota PWI”. Pada sisi lain, banyak juga wartawan yang “tidak puas” dengan monovolis organisasi tersebut, sehingga mendirikan beberapa organisasi yang jelas-jelas pada saat itu tidak sejalan dengan isi peraturan perundang-undangan. Namun, pasca reformasi dengan lahir Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, semua organisasi kewartawan, baik PWI, AJI, dan organisasi lainnya tempat bernaung para wartawan dijamin dengan undang-undang tersebut, sehingga kini puluhan organisasi kewartawanan telah berdiri di Indonesia.
2. Untuk mendirikan perusahaan pers, pada jaman Orde Baru sangat berat karena setiap perusahaan pers harus memiliki SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers). Selain pengurusannya yang berbelit-belit, untuk memiliki SIUPP memerlukan biaya yang cukup besar. Bahkan, SIUPP yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok orang “dapat” diperjualbelikan dengan harga yang sangat mahal; dapat mencapai milyaran rupiah. Oleh karena itu, pada era Orde Baru, hanya orang atau kelompok orang tertentu yang dapat memiliki SIUPP. Namun, sejalan dengan lahirnya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, tepatnya pada Pasal 9 bahwa secara tersirat disebutkan untuk mendirikan Perusahaan Pers

tidak perlu lagi harus memiliki SIUPP. “ (1) Setiap warga Negara Indonesia dan Negara berhak mendirikan perusahaan pers.” Kendati terdapat sarat yuridis, tetapi tidak berat. Dalam ayat (2) disebutkan, “Setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia.” Artinya, siapapun dapat menerbitkan pers atau mendirikan perusahaan pers jika memiliki badan hukum alih-alih memiliki PT, CV, Yayasan atau Koperasi. Setelah itu, mereka tidak perlu mendapatkan ijin apapun, apalagi SIUPP, untuk menerbitkan pers. Hal ini adalah perubahan yang spektakuler bagi perkembangan kehidupan pers nasional.

3. Hal yang substansial lainnya adalah penguatan institusi pengawas Pers, yakni Dewan Pers. Sesuai isi pasal 15, Dewan Pers memiliki fungsi yang lebih luas jika dibandingkan Dewan Pers pada masa Orde Baru. Fungsi Dewan Pers tersebut sebagai berikut: a. melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain; b. melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers; c. menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik; d. memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers; e. mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah; f. memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi jurnalistik; serta g. mendata perusahaan pers.
4. Undang-Undang No. 14 Tahun 1999 pun memberikan penguatan pada peran serta masyarakat sebagaimana dijamin dalam Pasal 17: (1) Masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan; (2) Kegiatan tersebut berupa: a. memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers dan b. menyampaikan usulan dan saran kepada Dewan Pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional.
5. Dalam ketentuan pidana pada Pasal 18 dikuatkan ancaman bagi siapapun yang melakukan tindakan menghambat dan menghalangi pelaksanaan tugas wartawan sekaligus juga upaya-upaya perlindungan terhadap masyarakat atau tindakan-tindakan pers.

2. Undang-Undang Penyiaran

Undang-Undang Dasar 1945 mengakui, menjamin, dan melindungi kemerdekaan menyatakan pendapat, menyampaikan dan memperoleh informasi. Hal itu bersumber dari kedaulatan rakyat dan merupakan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara secara demokratis. Namun, sesuai dengan cita-cita proklamasi kemerdekaan Indonesia, kemerdekaan tersebut harus bermanfaat bagi upaya bangsa Indonesia dalam menjaga integrasi nasional, menegakkan nilai-nilai agama, kebenaran, keadilan, moral, dan tata susila serta memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Dalam hal ini kebebasan harus dilaksanakan secara bertanggung jawab selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak.

Salah satu aspek kebebasan yang mencuat pada era teknologi informasi ini adalah kebebasan dalam mendapatkan dan menyimpang informasi. Pada era ini, masyarakat Indonesia sudah memasuki wilayah masyarakat informasi yang tuntutananya makin besat pada pemenuhan hak untuk mengetahui dan untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan pokok dan menjadi komoditi penting.

Realitas tersebut telah membawa implikasi pada perkembangan dunia penyiaran yang berfungsi utama sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum. Penyiaran telah menjadi salah satu sarana berkomunikasi yang sangat penting. Oleh karena itu, landasan hukum yang mengatur tentang penyiaran pun harus selaras dengan perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, pada 28 Desember 2002 lahirlah Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Undang-undang ini disusun berdasarkan pokok-pokok pikiran sebagai berikut:

1. Penyiaran harus mampu menjamin dan melindungi kebebasan berekspresi atau mengeluarkan pikiran secara lisan dan tertulis, termasuk menjamin kebebasan berekspresi dengan bertumpu pada asas keadilan, demokrasi, dan supremasi hukum;
2. Penyiaran harus mencerminkan keadilan dan demokrasi dengan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban masyarakat ataupun pemerintah, termasuk hak asasi setiap individu/orang dengan menghormati dan tidak mengganggu hak individu/orang lain;
3. Memperhatikan seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara, juga harus mempertimbangkan penyiaran sebagai

- lembaga ekonomi yang penting dan strategis, baik dalam skala nasional maupun internasional;
4. Mengantisipasi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya di bidang penyiaran, seperti teknologi digital, kompresi, komputerisasi, televisi kabel, satelit, televise digital, internet, dan bentuk-bentuk khusus lain dalam penyelenggaraan siaran;
 5. Lebih memberdayakan masyarakat untuk melakukan kontrol sosial dan berpartisipasi dalam memajukan penyiaran nasional; untuk itu dibentuk Komisi Penyiaran Indonesia yang menampung aspirasi masyarakat dan mewakili kepentingan publik akan penyiaran;
 6. Penyiaran mempunyai kaitan erat dengan spectrum frekuensi radio dan orbit satelit geostasioner yang merupakan sumber daya alam yang terbatas, sehingga pemanfaatannya perlu diatur secara efektif dan efisien;
 7. Pengembangan penyiaran diarahkan pada terciptanya siaran yang berkualitas, bermartabat, mampu menyerap, dan merefleksikan aspirasi masyarakat yang beraneka ragam untuk meningkatkan daya tangkal masyarakat terhadap pengaruh buruk nilai budaya asing (Penjelasan UU No.32/2008).

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 terdiri dari XII Bab dan 64 pasal. Satu pasal ketentuan umum, empat pasal tentang Asas, Tujuan, Fungsi, dan Arah, satu pasal tentang Penyelenggaraan Penyiaran, enam pasal tentang Komisi Penyiaran Indonesia, delapan belas pasal tentang Jasa Penyiaran, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, Lembaga Penyiaran Berlangganan, dan Lembaga Penyiaran Asing, empat pasal tentang Stasiun Penyiaran dan Wilayah Jangkauan, tiga belas pasal tentang Pelaksanaan Siaran, empat pasal tentang Pedoman Perilaku Penyiaran, tiga pasal tentang Peran Serta Masyarakat dan Pertanggungjawabab, lima pasal tentang Sanksi, baik Sanksi Administratif maupun Sanksi Pidana, plus Ketentuan Peralihan dan Penutup.

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan memancarluaskan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dan perangkat penerima siaran. Sementara itu, lembaga penyiaran adalah

penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian, Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga Negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam undang-undang sebagai wujud peran serta masyarakat dalam bidang penyiaran.

Penyiaran di Indonesia diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jatidiri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia (Pasal 3). Penyiaran pun di Indonesia berfungsi kegiatan komunikasi massa sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial (pasal 4).

Selain itu, yang penting mendapat perhatian dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 adalah tentang Pelaksanaan Siaran pada Bab IV. Dalam Pasal 36 :

- (1) Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan mamfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.
- (2) Isi siaran dari jasa penyiaran televisi yang diselenggarakan Lembaga Penyiaran Swasta dan Lembaga Penyiaran Pubblik, wajib memuat sekurang-kurangnya 60% mata acara yang berasal dari dalam negeri.
- (3) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.
- (4) Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.
- (5) Isi siaran dilarang : a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau bohong; b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba, dan obat terlarang atau; c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar-golongan.
- (6) Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan, dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama,

martabat manusia Indonesia atau merusak hubungan internasional.

Dalam undang-undang ini pun diatur tentang Siaran Iklan pada Pasal 46 dengan membagi jenis siaran iklan menjadi siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat. Dalam ayat (3)-nya ditegaskan bahwa siaran iklan niaga dilarang : a. Promosi yang dihubungkan dengan aliran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain atau kelompok lain; b. Promosi minuman keras atas sejenisnya dan bahan atau zat aditif; c. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok; d. Hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau e. Eksploitasi anak di bawah umur 18 tahun.

Berbeda dengan isi media cetak sesuai Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 secara eksplisit menyiratkan bahwa lembaga sensor masih berlaku. Dalam Pasal 47 ditegaskan, "Isi siaran dalam bentuk film dan/atau iklan wajib memperoleh tanda lulus sensor dari lembaga yang berwenang."

Kendati tidak menjelaskan secara mendetail, undang-undang ini pun memberikan petunjuk kepada Komisi Penyiaran Indonesia untuk membentuk Pedoman Perilaku Siaran sebagaimana isi Pasal 48. Dalam ayat (4)-nya dipaparkan bahwa Pedoman Perilaku penyiaran sekurang-kurangnya harus berkaitan dengan : a. Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan; b. Rasa hormat terhadap hak pribadi; c. Kesopanan dan kesusilaan; d. Pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme; e. Perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan; f. Penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak; g. Penyiaran program dalam bahasa asing; h. Ketepatan dan kenetralan program berita; i. Siaran langsung; serta j. Siaran iklan.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 pun mencantumkan secara tersurat tentang peran serta masyarakat dalam penyiaran. Dalam Pasal 52 disebutkan: (1) Setiap warga Negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional; (2) Organisasi nirlaba, LSM, perguruan tinggi dan kalangan pendidikan dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau Pemantauan terhadap penyiaran; (3) Masyarakat dapat mengajukan keberatan terhadap program dan/atau isi siaran yang merugikan.

Selain menyiratkan sanksi administratif sebagaimana pada pasal 55 yang dapat dijatuhkan oleh KPI atau Pemerintah kepada Lembaga

Penyiaran secara berjenjang, padahal Pasal 57 terdapat juga ketentuan pidana. Pada Pasal 57 ditegaskan: Dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar untuk penyiaran radio dan sepuluh milyar untuk televisi karena:

1. Tidak memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memiliki saham perusahaan dan memberikan bagian laba perusahaan (Ps. 17 (3);
2. Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dengan media cetak, serta dengan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung (Ps. 18 (2);
3. Lembaga penyiaran asing yang didirikan di Indonesia (Ps.30 (2);
4. Siaran berisi: a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau bohong; b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba, dan obat terlarang atau; c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar-golongan (Ps.36 (5);
5. Isi siaran memperolokkan, merendahkan, melecehkan, dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia atau merusak hubungan internasional (Ps.36 (6).

Pasal 58 pun menegaskan: dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak lima ratus juta untuk penyiaran radio dan lima milyar untuk televisi karena :

1. Pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran (Ps.18 (1);
2. Menyelenggarakan lembaga siaran tidak memiliki izin (Ps. 33 (1);
3. Memindahtangankan izin penyelenggaraan penyiaran (Ps.34 (4);
4. Siaran iklan yang melakukan : a. Promosi yang dihubungkan dengan aliran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain atau kelompok lain; b. Promosi minuman keras atas sejenisnya dan bahan atau zat aditif; c. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok; d. Hal-hal yang bertentangan

dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
e. Eksploitasi anak di bawah umur 18 tahun (Ps.46 (3)).

Pasal 59 menegaskan pula bahwa setiap orang yang melanggar, “waktu siaran lembaga penyiaran dilarang dibeli oleh siapapun untuk kepentingan apapun, kecuali untuk siaran iklan: Ps.46 (10), dipidana dengan pidana denda paling banyak dua ratus juta untuk penyiaran radio dan dua milyar untuk penyiaran televisi.

3. Undang-Undang Internet dan Transaksi Elektronik

Pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi telah mengubah berbagai hal, baik perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah juga menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan makin cepatnya perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Namun, realitas perkembangan teknologi informasi tersebut dapat berdampak kontraproduktif. Satu sisi perkembangan teknologi informasi ini dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan rakyat dan kemajuan peradaban umat manusia, tetapi sisi lain makin mengefektikan tindakan dan perbuatan melawan hukum.

Era ini telah lahir rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum siber (*cyber law*) atau hukum telematika. *Cyber law* secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Hukum telematika merupakan perwujudan dari konvergensi hukum telekomunikasi, hukum media, dan hukum informatika atau istilah lain sering digunakan *law of information technology* (hukum teknologi informasi), *virtual world law* (hukum dunia maya) atau hukum mayantara.

Permasalahan hukum yang sering kali dihadapi berkait dengan penyampaian informasi, komunikasi, dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik. Sistem elektronik adalah sistem komputer tidak hanya mencakup perangkat keras dan perangkat lunak komputer, tetapi juga mencakup jaringan telekomunikasi dan/atau sistem komunikasi elektronik. Sistem elektronik juga digunakan untuk menjelaskan keberadaan sistem informasi yang merupakan penerapan teknologi informasi yang berbasis jaringan telekomunikasi dan media elektronik yang berfungsi merancang, memproses, menganalisis, menampilkan, dan mengirimkan atau menyebarkan informasi elektronik.

Dunia hukum sebenarnya sudah sejak lama memperluas penafsiran asas dan normanya ketika menghadapi persoalan kebendaan yang tidak berwujud, misalnya, dalam kasus pencurian listrik sebagai perbuatan pidana. Namun, kenyataannya kegiatan siber tidak sesederhana itu karena tidak lagi dibatasi teritori suatu Negara yang mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Kerugian dapat terjadi baik pada pelaku transaksi maupun pada pihak lain yang tidak pernah melakukan transaksi, misalnya pencurian dana karti kredit melalui pembelanjaan di internet. Padahal, pembuktian merupakan faktor yang sangat penting karena informasi elektronik bukan saja belum terakomodasi dalam sistem hukum acara Indonesia secara komprehensif, melainkan juga sangat rentan untuk diubah, disadap, dipalsukan, dan dikirim ke berbagai penjuru dunia dalam waktu hitungan detik, sehingga dampaknya sangat kompleks dan rumit.

Permasalahan lain yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan (*electronic commerce*) telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Dalam kegiatan ini dikenal adanya dokumen elektronik yang kedudukannya disetarakan dengan dokumen yang berada di atas kertas.

Kegiatan media sistem elektronik atau ruang siber (*cyber space*), meskipun bersifat virtual dapat dikategorikan sebagai tindakan atau perbuatan hukum yang nyata. Secara yuridis kegiatan pada ruang siber tidak dapat didekati dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional saja sebab jika cara ini yang ditempuh akan terlalu banyak kesulitan dan hal yang lolos dari pemberlakuan hukum. Kegiatan dalam ruang siber adalah kegiatan virtual yang berdampak sangat nyata meskipun alat buktinya bersifat elektronik.

Agar pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi lebih optimal, perlu diperhatikan sisi keamanan dan kepastian hukum bagi berbagai pihak. Hal ini dapat terwujud jika dilakukan pendekatan hukum yang optimal juga. Bahkan pendekatan hukum ini merupakan bagian yang mutlak harus ada karena tanpa kepastian hukum akan muncul persoalan-persoalan yang sulit untuk dicari solusinya.

Berkaitan dengan itu, lahirlah Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik. Isi undang-undang sangat simple, tetapi rumit dan kompleks yang terdiri dari XIII Bab dan 54 pasal: Dua pasal tentang Ketentuan Umum, satu pasal tentang Asas dan Tujuan, delapan pasal tentang informasi, dokumentasi, dan tanda tangan elektronik, empat pasal tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Elektronik dan Sistem Elektronik, enam pasal tentang Transaksi Elektronik, empat

pasal tentang Nama Domain, Hak Kekayaan Intelektual, dan Perlindungan Hak Pribadi, sebelas pasal tentang Perbuatan yang Dilarang, dua pasal Penyelesaian Sengketa, dua pasal Peran Pemerintah dan Masyarakat, tiga pasal tentang Penyidikan, delapan pasal Ketentuan Pidana, satu pasal Ketentuan Peralihan, dan satu pasal Penutup.

Yang dimaksud informasi elektronik dalam undang-undang ini adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya. Sementara itu, dokumen elektronik adalah setiap informasi elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal atau sejenisnya yang dapat dilihat, ditampilkan dan/atau didengar melalui computer atau sistem elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

Sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik. Sertifikasi elektronik adalah sertifikasi yang bersifat elektronik yang memuat tanda tangan elektronik dan identitas yang menunjukkan status subyek hukum para pihak dalam transaksi elektronik yang dikeluarkan oleh penyelenggara elektronik. Penyelenggara elektronik adalah badan hukum yang berfungsi sebagai pihak yang layak dipercaya yang memberikan dan mengaudit sertifikat elektronik.

Undang-Undang Internet dan Transaksi Elektronik ini memang berbeda dengan undang-undang lainnya. Pada Pasal 2 ditegaskan bahwa undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.

Undang-undang ini memiliki jangkauan yuridiksi tidak semata-mata untuk perbuatan hukum yang berlaku di Indonesia dan/atau dilakukan oleh warga Negara Indonesia, tetapi juga berlaku untuk perbuatan hukum yang dilakukan di luar wilayah Indonesia (yuridiksi) baik warga Negara Indonesia maupun warga Negara asing atau badan hukum Indonesia maupun badan hukum asing yang memiliki akibat hukum di Indonesia, mengingat pemanfaatan teknologi informasi untuk informasi elektronik dan transaksi elektronik dapat bersifat lintas teritorial atau universal. Yang dimaksud dengan “merugikan kepentingan Indonesia” adalah meliputi tetapi tidak terbatas pada merugikan kepentingan ekonomi nasional, perlindungan data strategis, harkat dan martabat bangsa, pertahanan dan keamanan Negara, kedaulatan Negara, warga Negara, serta badan hukum Indonesia.

Hal-hal yang penting untuk dicatat dari undang-undang ini di antaranya sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik harus dilaksanakan dengan tujuan:
 - a. Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
 - b. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
 - c. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi kebijakan publik;
 - d. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab, serta ;
 - e. Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi (Pasal 4).
2. Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Kecuali surat yang menurut undang-undang harus dibuat dalam bentuk tertulis dan surat beserta dokumennya yang menurut undang-undang harus dibuat dalam bentuk akta notaris atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta (Pasal 5).
3. Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan sebagai bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik layak berusaha setelah melalui penilaian dan audit dari badan yang berwenang. Bukti telah

dilakukan Sertifikasi Keandalan ditunjukkan dengan adanya logo sertifikasi berupa trust mark pada laman (home page) pelaku usaha tersebut (Pasal 10).

4. Tanda Tangan Elektronik (TTE) memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah selama memenuhi persyaratan: a. Data pembuatan TTE terkait hanya kepada Penanda Tangan; b. Data pembuatan TTE pada saat proses penandatanganan elektronik hanya berada dalam kuasa Penada Tangan; c. Segala perubahan terhadap TTE yang terjadi setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; d. Segala perubahan terhadap Informasi Elektronik yang terkait dengan TTE tersebut setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; e. Terdapat cara tertentu yang dipakai untuk mengidentifikasi siapa penandatanggannya; dan f. Terdapat cara tertentu untuk menunjukkan bahwa Penada Tangan telah memberikan persetujuan terhadap Informasi Elektronik yang terkait (Pasal 11).
5. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat. Undang-undang ini memberi peluang terhadap pemanfaatan TI oleh penyelenggara Negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat (Pasal 17), sehingga setiap penyelenggara Negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama (*first come first serve*). Prinsip ini berbeda antara ketentuan dalam Nama Domain dan dalam bidang hak kekayaan hak intelektual karena tidak diperlukan pemeriksaan substansif, seperti pemeriksaan dalam pendaftaran merek dan paten (Pasal 23).
6. Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan perundang-undangan (Pasal 25). Kecuali ditentukan lain oleh Peraturan Perundang-Undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan (Pasal 26).
7. Hal-hal yang dilarang dalam Informasi Elektronik adalah setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau menstransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen

- Elektronik yang memiliki muatan (1) melanggar kesusilaan; (2) perjudian; (3) penghinaan dan/atau pencemaran nama baik; (4) pemerasan dan/atau pengancaman (Pasal 27). Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak (1) menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik; (2) menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas SARA (Pasal 29); mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi (Pasal 29); (1) melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun; (2) dengan tujuan untuk memperoleh Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik (Pasal 30). Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atau Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dalam suatu computer dan/atau sistem elektronik tertentu milik orang lain (Pasal 31); melakukan intersepsi atas transmisi Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik tertentu milik orang lain, baik yang tidak menyebabkan perubahan apapun maupun yang menyebabkan adanya perubahan, penghilangan, dan/atau penghentian Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sedang ditransmisikan (Pasal 31) ; mengubah, menambah, mengurangi, melakukan transmisi, merusak, menghilangkan, memindahkan, menyembunyikan suatu Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik milik orang lain atau milik publik (Pasal 32:1); memindahkan atau menstransfer Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik kepada Sistem Elektronik orang lain yang tidak berhak (Pasal 32:2); melakukan tindakan apapun yang berakibat terganggunya Sistem Elektronik dan/atau mengakibatkan Sistem Elektronik menjadi tidak bekerja sebagaimana mestinya (Pasal 33); Melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dengan tujuan agar dianggap seolah-olah data otentik (Pasal 35).
8. Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau yang

- menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian (Pasal 38).
9. Pemerintah berperan: (1) Memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan transaksi elektronik; (2) melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum; (3) menetapkan instansi atau institusi yang memiliki data elektronik strategis yang wajib dilindungi (Pasal 40).
 10. Ketentuan pidana bagi pelanggar ketentuan undang-undang ini dapat dikenai hukuman penjara dan denda sesuai dengan tindak pelanggarannya, rata-rata antara 6 sampai 12 tahun penjara dan denda antara Rp700 juta sampai Rp12 Milyar (Pasal 45-52).

4. Undang-Undang Keterbukaan Informasi

Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik adalah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 yang efektif diberlakukan sejak 1 Mei 2010 dan tercatat sebagai salah satu undang-undang yang memperjuangkan hak-hak publik di bidang pelayanan informasi publik. Hal tersebut sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28 F, yakni memberikan jaminan yang legal dan mendasar terhadap hak setiap warga negara Republik Indonesia untuk mencari, memperoleh, dan memanfaatkan informasi untuk kesejahteraannya.

Secara historis, UU No.14 Tahun 2008 lahir dari inisiatif para anggota DPR RI yang merumuskan Rancangan Undang-Undang Kebebasan Memperoleh Informasi Publik (RUU KMIP). Tahun 2005, RUU KMIP diajukan DPR RI kepada Pemerintah untuk meminta tanggapan dan penyusunan Daftar Inventarisasi Masalah (DIM). Menteri Komunikasi dan Informatika serta Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia ditunjuk oleh Presiden untuk membahas RUU tersebut bersama DPR RI. Akhirnya, melalui Sidang Paripurna DPR RI pada tanggal 30 April 2008 RUU itu disahkan menjadi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dan diundangkan pada Lembaran Negara RI Nomor 4846 dan berlaku dua tahun sejak diundangkan.

Secara filosofis, UU No. 14 Tahun 2008 memiliki urgensi yang tinggi, baik dalam konteks yuridis, implementasi, maupun dalam merespon arus globalisasi informasi. Undang-undang ini memiliki dasar-dasar filosofis sebagai berikut: 1. Hak untuk memperoleh informasi merupakan Hak Asasi Manusia dan dijamin dalam konstitusional RI: Pasal 28 F UUD 1945; 2. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang

trasparan dan tata pemerintahan yang baik (*good governance*); 3. Mendukung penyelenggaraan negara yang demokratis berdasarkan transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas; 4. Memotivasi badan publik untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya dan bebas dari KKN; 5. Mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, sehingga meningkatkan mobilitas masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah dan cepat.

Undang-Undang Informasi Publik terdiri dari 14 Bab dan 64 Pasal. Secara sistematis, pokok-pokok pikiran dalam pasal tersebut menyangkut sebagai berikut: Satu pasal tentang pengertian umum informasi, informasi publik, Badan Publik, Komisi Informasi, sengketa informasi, mediasi, adjudikasi, pejabat, pejabat publik, dan istilah-istilah lainnya yang menjadi *key word* dalam undang-undang ini; Dua pasal tentang asas dan tujuan; tiga belas pasal tentang hak dan kewajiban pengguna dan badan publik; empat pasal tentang informasi yang dikecualikan; dua belas pasal tentang lembaga komisi informasi; delapan belas pasal tentang mekanisme penyelesaian sengketa, baik yang dilakukan oleh Komisi Informasi sampai penyelesaian sengketa melalui Kasasi; tujuh pasal tentang ketentuan pidana; dan satu pasal ketentuan lain serta empat pasal ketentuan peralihan.

Secara umum, UU No.14 Tahun 2008 mengandung pokok-pokok materi sebagai berikut: 1. Pengertian-pengertian yang berkait dengan informasi publik dan badan-badan publik, serta hak dan kewajiban badan publik; 2. Jenis-jenis informasi yang wajib disediakan dan diumumkan, serta informasi publik yang dikecualikan; 3. Hal-hal yang terkait dengan Komisi Informasi sebagai lembaga independen yang ditugaskan untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini; 4. Mekanisme memperoleh informasi dan sanksi hukum atas pelanggaran bagi badan publik, pemohon, atau pengguna informasi.

Menurut Undang-Undang ini, yang dimaksud informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non-elektronik.

Sementara itu, informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan /atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Informasi publik inilah yang menjadi titik sentral dalam undang-undang ini. Informasi ini dimiliki oleh Badan Publik, yakni: lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari APBN dan/atau APBD, atau organisasi non-pemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari APBN dan/atau APBD, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri. Oleh karena itu, berdasarkan undang-undang ini, Badan Publik harus memberikan akses yang seluas-luasnya kepada publik (pemohon/pengguna informasi publik).

Namun begitu, dalam prakteknya tidak semua Badan Publik dapat memberikan akses kepada publik untuk mendapatkan informasi publik. Apalagi, dalam undang-undang ini pula, Badan Publik “dibolehkan” untuk tidak memberikan akses informasi jika menyangkut informasi yang dikecualikan. Hal itu rentan sekali mendorong terjadinya konflik di antara Badan Publik dengan pemohon/pengguna informasi publik. Dalam konteks inilah, selain untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini, Komisi Informasi Publik (KIP) diberikan kewenangan untuk menyelesaikan sengketa di antara Badan Publik dengan pemohon/pengguna informasi publik, baik melalui mediasi atau adjudikasi.

Menurut undang-undang ini, Komisi Informasi adalah lembaga mandiri yang berfungsi menjalankan undang-undang No.14/2008 dan peraturan pelaksanaannya, menetapkan petunjuk teknis standar layanan informasi publik dan menyelesaikan sengketa informasi publik melalui mediasi dan/atau adjudikasi non-ligitasi.

Mekanisme penyelesaian sengketa informasi publik berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 dapat disimak dalam Gambar 7.1.

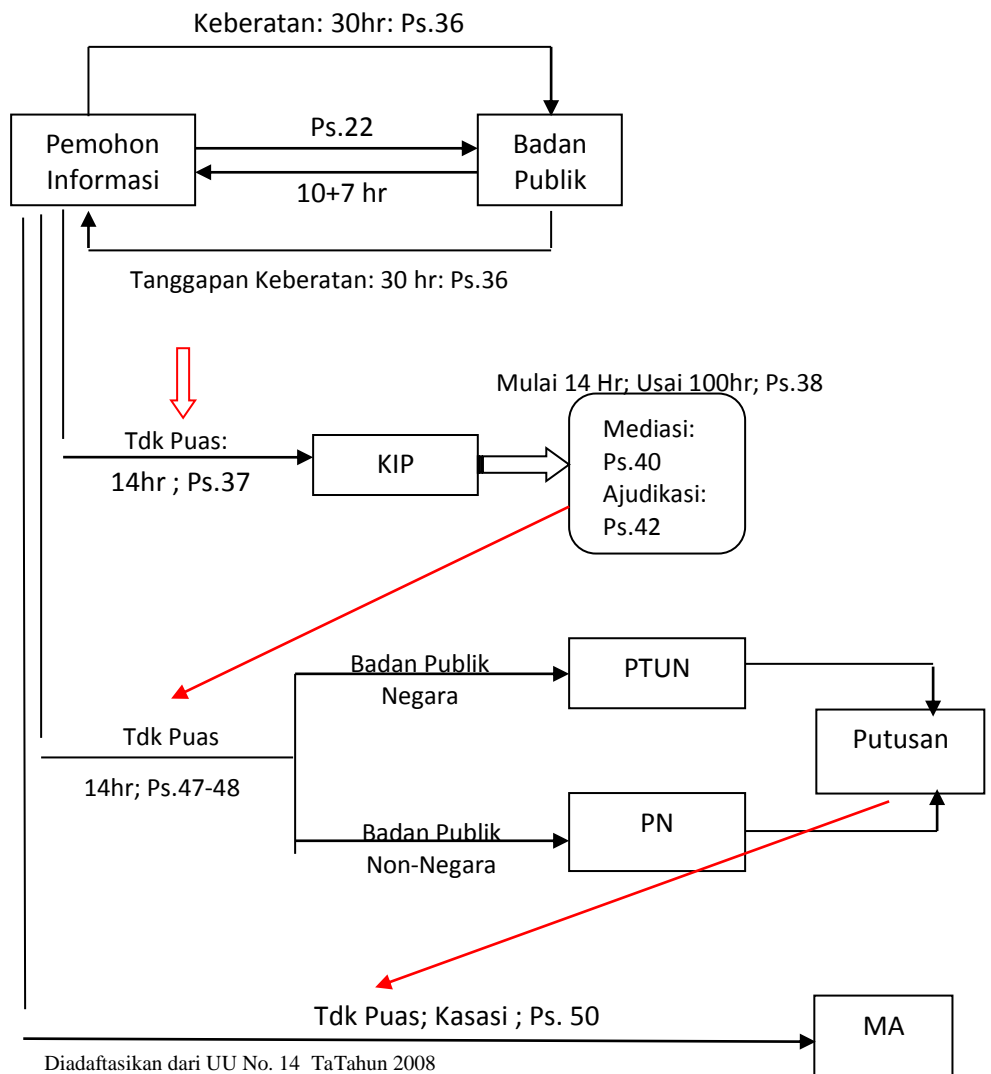
Undang-undang ini pun memuat lima pasal tentang ketentuan pidana, yakni: Pasal 51 bahwa setiap orang yang dengan sengaja menggunakan informasi publik secara melawan hukum dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah); Pasal 52 bahwa badan publik yang dengan sengaja tidak menyediakan, tidak memberikan, dan/atau tidak menerbitkan informasi publik berupa informasi publik secara berkala, informasi publik yang wajib diumumkan secara serta merta, informasi publik yang wajib tersedia setiap saat, dan/atau informasi publik yang harus diberikan atas dasar permintaan sesuai dengan undang-undang ini dan mengakibatkan kerugian bagi orang lain dikenakan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah); Pasal 53 bahwa

setiap orang yang dengan sengaja dan melawan hukum menghancurkan, merusak, dan atau menghilangkan dokumen informasi publik dalam bentuk media apapun yang dilindungi negara dan/atau yang berkaitan dengan kepentingan umum dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah).

Sementara itu, ketentuan pidana Pasal 54 terdiri dari dua ayat, yakni: (1) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mengakses dan/atau memperoleh dan/atau memberikan informasi yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam Pasal 17 huruf a, b, d, f, g, h, i, dan j dipidana dengan pidana penjara paling lama 2(dua) tahun dan pidana denda paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah); (2) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mengakses dan/atau memperoleh dan/atau memberikan informasi yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam Pasal 17 huruf c (membahayakan pertahanan & keamanan negara), dan huruf e (merugikan ketahanan ekonomi nasional) dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan pidana denda paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).

Pada pasal 55-nya disebutkan juga bahwa setiap orang yang dengan sengaja membuat informasi publik yang tidak benar atau menyesatkan dan mengakibatkan kerugian bagi orang lain dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah).

Gambar 7.1
Mekanisme Penyelesaian Sengketa Informasi Publik



Diadaptasikan dari UU No. 14 Tahun 2008

UJIAN TENGAH SEMESTER

Jawablah soal berikut dengan tepat dan jelas!

1. Jelaskan secara ringkas apa yang dimaksud dengan Komunikasi?
2. Benarkan *persamaan* merupakan ruhnya komunikasi? Jelaskan dan berikan ilustrasi yang tepat! Lalu bagaimana dengan *perbedaan*?
3. Sebutkan dan jelaskan satu gambar proses komunikasi yang Anda pahami! Siapa pencetus gambar proses komunikasi itu?
4. Bagaimana pandangan Deddy Mulyana tentang Fungsi Komunikasi dalam kacamata agama? Jelaskan secara singkat!
5. Bagaimana pandangan Anda tentang pengertian Komunikasi Massa?
6. Sebutkan dan jelaskan efek Komunikasi Massa pada perilaku khalayak!
7. Sebutkan, jelaskan, dan berikan contoh media massa yang ada di Indonesia!
8. Buatlah tabel persamaan dan perbedaan karakteristik media massa yang ada di Indonesia, kemudian bandingkan mana di antara media massa tersebut yang paling unggul!
9. Jelaskan dan Gambarkan yang Anda ketahui dengan Teori Jarum Hipodermik, Teori Kultivasi, Use and Gratification, Agenda Setting, dan Belajar Sosial!
10. Sebutkan dan jelaskan sistem pers yang berkembang di dunia!
11. Dari sistem pers yang berlaku di dunia, sistem pers manakah yang paling cocok dengan Indonesia?
12. Sebutkan dan jelaskan fungsi Pers sesuai dengan kondisi Indonesia!
13. Bagaimana pandangan Anda tentang pengertian Jurnalistik?
14. Sebutkan sepuluh panggilan untuk orang yang bertugas sebagai Jurnalis di media massa!
15. Sikap, pikiran, tingkat laku apa yang harus dilakukan wartawan dalam menjalankan tugas Jurnalistiknya?
16. Apa yang Anda ketahui tentang Kode Etik Jurnalistik?
17. Mengapa wartawan Indonesia harus memiliki Kode Etik?
18. Bedakah Kode Etik Jurnalistik Surat Kabar dan Jurnalistik Televisi dan Radio?
19. Sebutkan sepuluh Kode Etik Jurnalistik yang Anda ketahui dan pahami? Berikan penjelasan!
20. Bagaimanakah secara umum substansi dari Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers?

BAB VIII

BERITA DI MEDIA MASSA

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang isi media massa yang paling utama dalam menjalankan fungsi informasi, yakni berita, termasuk di dalamnya definisi berita, unsur dan model berita, serta syarat-syarat sebuah peristiwa dapat dikategorikan sebagai berita.

B. Berita

Salah satu karya Jurnalistik yang dominan ada pada media massa, terutama media cetak adalah *berita*. Dulu berita adalah keunggulan yang dimiliki oleh media cetak, terutama surat kabar harian. Surat kabar harian laku dan banyak diminuti karena berisi berita yang dianggap hangat dan aktual; hari ini terjadi, besok muncul di surat kabar. Yang dibaca hari ini adalah peristiwa kemarin.

Realitas itu pada jaman dulu tidak ditemukan pada media massa lainnya. Kendati majalah pun menuliskan tentang berita, tetapi karena perodesasi terbitnya lambat, bisa mingguan, bahkan bulanan, sehingga nilai aktualitas beritanya rendah. Oleh karena itu, orang-orang yang membaca majalah adalah orang-orang yang santai ingin menikmati sajian berita yang lebih mendalam, lengkap, panjang, tetapi tidak aktual, sedangkan ingin mengetahui berita yang teraktual, bacalah surat kabar harian.

Apalagi media elektronik, seperti televisi dan radio, dulu kedua lembaga penyiaran tidak memiliki visi *news*. Mereka lebih konsen pada fungsi hiburan; fungsi informatifnya terabaikan. Kendati ada berita, tetapi siaran relay dibuat oleh televisi atau radio Pemerintah yang juga sangat jarang: waktu tertentu.

Namun, perlahan jaman berubah; Globalisasi informasi yang menerpa Indonesia mulai menggeliat mendorong berita merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Masyarakat Indonesia mulai sadar bahwa siapa yang menguasai informasi, dialah yang akan menguasai dunia. Hal itu di antaranya yang juga mendorong sejumlah televisi dan radio, terutama dipelopori televisi dan radio swasta mulai melirik siaran berita sebagai bagian sajian siaran unggulan mereka, bahkan kekinian (sekitar sejak tahun 2000-an) lahirlah televisi yang khusus menyajikan berita atau televisi berita seperti TV One dan Metro TV, radionya seperti Elshinta Radio atau kalau di Bandung ada PR FM Radio.

Eksistensi televisi dan radio yang memiliki visi penyajian berita aktual ternyata tidak terkalahkan oleh televisi yang visinya masih berkuat pada konten hiburan. Bahkan, hasil survey terhadap masyarakat Jawa Barat di perkotaan pada tahun 2012-2013 yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, TV One dan Metro TV sebagai TV berita termasuk pada channel yang terpopuler. Hal itu membuktikan bahwa televisi dan radio tidak hanya lembaga penyiaran yang hanya bisa menjalankan fungsi hiburan, tetapi fungsi informatif pun sangat penting.

Akhir-akhir ini penyajian berita di televisi atau radio menjadi program siaran yang dinanti-nanti karena nilai aktualisasinya lebih tinggi daripada berita pada surat kabar harian. Kalau berita pada surat kabar harian tertunda sehari, maka pada televisi atau radio tertunda hanya beberapa detik, bahkan pada saat peristiwa terjadi dapat disajikan ke khalayak secara *live*. Selain tentu sajian televisi lebih banyak unggulnya karena khalayak berhadapan dengan gambar bergerak lewat sajian audiovisual.

1. Definisi Berita

Beberapa tahun yang lalu para ahli mendefinisikan berita dengan pandangan dari sudut surat kabar saja. Namun, kini media elektronik yang juga menyiarkan berita harus diperhitungkan karena kenyataan menunjukkan bahwa penyiaran berita di stasiun radio dan televisi sangat berpengaruh terhadap jurnalistik surat kabar, antara lain dalam kecepatan atau nilai aktualitas sampainya berita kepada khalayak. Oleh karena itu, di kalangan wartawan ada yang mengartikan *news* sebagai singkat dari: North: Utara - East: Timur -West: Barat - South: Selatan. Berita adalah sebagai laporan dari keempat penjuru angin atau dari berbagai tempat di dunia. Terlebih media *online* pun ikut pula meramaikan media massa dengan sebutan media sosial yang melahirkan *journalistic online* yang akhir-akhir ini bertebaran dimana-mana dan memberikan kontribusi besar pada layanan penyajian informasi pada khalayak.

Charneley dalam Effendy (181a:129) mengatakan bahwa *News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*. Spencer dalam Assegaff (1985:23) mengatakan bahwa berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.

Kusumaningrat (2007:32) memiliki pandangan bahwa untuk mendefinisikan berita harus memahami latar belakang negara tempat berita itu lahir. Dalam pandangannya, arti sebuah berita di antara negara tidak sama, terutama di antara negara-negara yang memiliki sistem pers

yang berbeda, misalnya pengertian berita untuk negara-negara yang menganut sistem pers liberal akan berbeda dengan negara-negara yang menganut sistem pers otoriter atau *social responsibility*.

Pers Timur yang masa lalu identik dengan Uni Republik Sosialis Soviet sebelum bubar yang dikenal dengan sistem pers komunis mendefinisikan berita tidak dipandang sebagai komoditas: Berita bukan barang dagangan". Berita adalah suatu "proses", proses yang ditentukan arahnya. Berita tidak didasarkan pada maksud untuk memuaskan nafsu "ingin tahu" segala sesuatu yang "luar biasa" dan "menakutkan", melainkan pada keharusan ikut berusaha "mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan Negara sosialis."

Pers Barat yang dianggap menganut sistem pers kebebasan/liberal yang dipelopori Amerika Serikat dan kawan-kawannya memandang berita sebagai "komoditas" : sebagai "barang dagangan" yang dapat diperjualbelikan. Oleh karena itu, dalam pandangan mereka karena berita sebagai barang dagangan, maka berita harus menarik. Pers Barat mendefinisikan berita sebagaimana definisi yang diberikan oleh "raja pers" dari Inggris, Lord Northcliffe yang menyatakan bahwa , *news is anything out of ordinary* (berita adalah segala sesuatu yang tidak biasa) dan seorang wartawan bernama Walkley menambahkan, "...combined with the element of surprise.(digabungkan dengan unsur-unsur yang mengejutkan). Northcliffe pun menambahkan If a dog bite a man, that's not news; if a man bite a dog, that's news. (kalau anjing menggigit orang itu bukan berita, tetapi kalau orang menggigit anjing, baru berita).

Sebenarnya, secara etimologis, kata berita berasal dari Bahasa Sansakerta *vrit* artinya ada atau terjadi atau *vritta* yang artinya kejadian atau peristiwa. Dalam Bahasa Inggris berita berasal dari kata *news* yang dapat diartikan dalam The Oxford Paperback Dictionary terbitan Oxford University Press (1979), sebagai informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru: *information about recent event*. Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Menurut Romli (2003:34), arti dasar berita adalah laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Sebuah peristiwa tidak bisa disebut berita jika tidak dipublikasikan di media massa, sehingga diketahui orang banyak. Namun, tidak semua peristiwa layak dilaporkan ke publik melalui media massa. Setiap detik terjadi peristiwa, mulai peristiwa kecil seperti nyamuk menggigit orang yang sedang tidur hingga peristiwa besar seperti peledakan Gedung World Trade Center (WTC) di Amerika Serikat. Orang digigit nyamuk tidak

perlu disampaikan ke media massa, tetapi peledakan Gedung WTC layak menjadi berita masuk ke media massa.

Dalam konteks inilah muncul pembeda antara kata yang diberinama informasi dengan berita. Informasi dapat dikategorikan bersifat umum, sehingga berita yakni informasi peristiwa yang masuk media massa maupun informasi yang bukan berita karena tidak masuk media massa, keduanya informasi. Namun, informasi suatu peristiwa yang tidak masuk media massa, tidak dapat dikategorikan sebagai berita.

Oleh karena itu, Romli (2003:35) mempertegas, untuk menentukan mana peristiwa yang layak dianggap sebagai berita atau disebut sebagai berita yang layak muat di media massa (*fit to print*) untuk media massa cetak atau layak siar (*fit to broadcast*) untuk media massa elektronik, wartawan melihat apakah berita tersebut mengandung nilai berita (*news value*) atau tidak.

2. Konsep Berita

Selain definisi, sejumlah ilmuwan pun menyodorkan catatan konsepsi terkait dengan berita, sehingga banyak sekali rujukan tentang konsep berita. Sedikitnya ada delapan konsep berita yang dapat dijadikan acuan. Kedelapan konsep tersebut, yakni,

- 1) Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*). Konsep ini menitikberatkan pada waktu terjadinya suatu peristiwa (*newsness*) sebagai faktor terpenting.
- 2) Berita sebagai rekaman (*news as record*). Berita yang tercetak dalam surat kabar merupakan bahan dokumentasi.
- 3) Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*). Berita harus faktual dan objektif. Namun, nilai obyektif untuk suatu fakta merupakan suatu hal yang membingungkan karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak. Bagi wartawan, berita objektif adalah laporan mengenai suatu fakta yang diamanatinya tanpa pandangan memihak.
- 4) Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*). Dalam situasi yang kompleks, yang menyangkut bidang politik, ekonomi, dan sebagainya. Suatu fakta dijelaskan agar pembaca mengerti. Mereka perlu diberi penjelasan mengenai sebab-sebabnya, akibatnya, situasinya, dan sebagainya. Hal itu berarti di balik berita (*news behind the news*). Untuk menggali dan menyajikannya diperlukan kepandaian dan kejujuran, tetapi bahayanya adalah prasangka (*prejudice*) terhadap suatu persoalan tertentu.

- 5) Berita sebagai sensasi (*news as sensation*). Di sini terdapat unsur subjektif yakni bahwa sesuatu yang mengejutkan (*shock*) dan yang menggetarkan atau mengharukan (*thrills*) bagi pembaca yang satu akan berlainan dengan pembaca yang lain.
- 6) Berita sebagai minat insani (*news as human interest*). Berita menarik bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, tetapi karena sifatnya menyentuh perasaan insani, menimbulkan rasa iba, terharu, gembira, prihatin, dan sebagainya.
- 7) Berita sebagai ramalan (*news as prediction*). Wartawan cenderung untuk menarik perhatian kepada masa depan daripada masa kini dan masa lalu karena minat pembaca terletak pada masa depan. Untuk itu diperlukan ramalan yang masuk akal (*intelligent forecast*).
- 8) Berita sebagai gambar (*news as picture*). Ilustrasi halaman surat kabar selain sifatnya semata-mata hiburan, seperti *comic strips*, juga mengandung nilai berita (*news value*). Banyak kejadian yang dilaporkan dalam bentuk gambar yang sering lebih efektif daripada kalau diterangkan dengan kata-kata. (Mott dalam Effendy, 1981a:130)

2. Unsur dan Model Berita

Berita adalah pemaparan fakta, sehingga berita bersifat faktual. Dasar fakta inilah yang membedakan berita dengan jenis tulisan yang lain, baik opini apalagi dengan iklan. Fakta sering disetarakan dengan kenyataan, atau realitas, atau apa adanya. Yang dimaksud apa adanya adalah takarannya pancaindra, sehingga berita dapat dikategorikan sesuatu yang dapat dilihat, didengar, diraba, dirasa, dan dicium.

Untuk menyajikan fakta yang seperti itu tidak sesederhana sebagaimana fungsi pancaindra, tetapi perlu indikator yang ril yang dapat diterima dengan nalar yang sehat. Oleh karena itu, untuk memenuhi indikator berita yang berdasarkan fakta, maka para ilmuwan "sepakat" bahwa berita itu harus memenuhi unsur jawaban dari enam pertanyaan. Enam pertanyaan itulah yang lebih populer disebut 5W+1H.

Berita harus memenuhi jawaban dari what : Apa yang terjadi, who : Siapa yang terlibat, when : Kapan peristiwa itu terjadi, where : Dimana peristiwa itu terjadi, Why : Mengapa peristiwa itu terjadi dan How : Bagaimana proses terjadinya. Dengan jawaban dari enam pertanyaan, maka dapat dianggap fakta yang merupakan dasar berita sudah terpenuhi, sehingga 5W+1H sering disebut sebagai rumus berita dan menjadi rujukan bagi para wartawan pemula ketika mencari berita.

Oleh karena itu, dalam berita yang paling sederhana dan yang paling dasar, seperti jenis berita *straight news* (berita langsung) yang pendek, jawaban 5W+1H seringkali ditempatkan pada awal paragraph, terutama what : Apa yang terjadi, who : Siapa yang terlibat, when : Kapan peristiwa itu terjadi, where : Dimana peristiwa itu terjadi. Bahkan, banyak juga yang langsung dengan Why : Mengapa peristiwa itu terjadi dan How : Bagaimana proses terjadinya. Dalam istilah jurnalistik informasi jawaban dari 5W+1H itu sering menempati *lead* atau alinea pertama.

Menurut Padje (2008:136), unsur 5 W + 1 H dalam *lead* sesungguhnya tidak sekedar ringkasan, akan tetapi justru merupakan inti berita. Karena itu takheran jika pemula selalu mengalami kesulitan dalam membuat *lead* berita. Seperti halnya etalase toko, *lead* bisa memancing para pembeli untuk masuk ke dalam toko, dalam kaitan ini *lead* berita juga harus menumbuhkan rasa penasaran pada pembaca atas kelanjutan dari tulisan pembuka.

Lead juga berfungsi sebagaimana intro dalam sebuah musik. Karena itu tidak jarang *lead* selalu diistilahkan dengan *teaser* (Widodo,2007:56), penggoda, karena pada hakekatnya bagian awal dari tulisan tak ubahnya seperti penggoda agar pembaca tertarik untuk terus membaca. Oleh karena itu, ketika surat kabar disodorkan kepada pembaca, misalnya, di lampu stopan, karena *lead*-nya bagus, syahwat pembaca langsung menggelegak dan rela merogoh koceknya walaupun berapa pun untuk membeli surat kabar itu.

Tugas seorang reporter dalam mengembangkan *lead* atau alinea pembuka adalah menyaring unsur-unsur penting dari catatan-catatan hasil liputannya. Baik pidato, peristiwa kecelakaan, fenomena alam, atau beberapa hal lain yang sekiranya menarik bagi pembaca. Unsur-unsur penting itu dapat dijumpai dalam jawaban-jawaban terhadap enam pertanyaan pendek yang terkandung dalam sajak Rudyard Kipling dalam Frederick (1981:247):

*I have six honest serving-men
(They've taught me all I knew)*

*Their names are **What** and **Where** and **When** and **How** and **Why** and **Who**.*

(Aku punya enam orang pelayan yang jujur. Mereka telah mengajarku semua yang aku ketahui. Nama-nama mereka adalah **Apa** dan **Dimana** dan **Bilamana** dan **Bagaimana** dan **Mengapa** dan **Siapa**)

Rumus 5 W + 1 H di atas merupakan unsur dari sebuah *lead* yang lengkap. Namun bila hanya sekedar melihat itu saja belum cukup. *Lead* yang baik antara lain membutuhkan selektivitas, yaitu penentuan tentang unsur apa saja yang penting (Weinberg, 1996:78).

Untuk mempermudah pemahaman di atas marilah kita ambil contoh peristiwa ledakan bom (*Apa*) yang terjadi di sebuah tempat hiburan (*Bagaimana*) di Legian Kuta Bali (*Dimana*) oleh Teroris (*Siapa*) yang membenci orang-orang asing terutama Amerika dan Australia (*Mengapa*) pada Malam hari (*Bilamana*) tatkala tempat hiburan itu dikunjungi banyak turis dan menewaskan sedikitnya 200 pengunjung (*Siapa*). Bagaimana menyusun *Lead* berita ini berdasarkan unsur-unsurnya yang paling penting.

Unsur-unsur berita yang manapun di antara enam itu dapat dijadikan batu loncatan untuk menggerakkannya menjadi sebuah berita. Semasa diperkenalkan Kipling penulisan berita cukup memuat unsur 5 W + 1 H, tetapi kini unsur tersebut tidak cukup, perlu ada tambahan unsure *so What* yaitu, hal-hal yang terkait dengan kedalaman implikasi suatu peristiwa. Hal ini dilakukan sebab biasanya suatu peristiwa tidak berdiri sendiri. Ia acapkali memiliki hubungan dengan peristiwa lainnya atau berhubungan dengan perkembangan yang menjadi perhatian masyarakat. Kata-kata pembuka berita bisa memilih 'w' atau mana saja yang diinginkan, misalnya dengan mengajukan pertanyaan sebagai berikut: What (*apa yang terjadi?*) Who (*Siapa yang terlibat?*) When (*Bilamana Terjadi?*) Where (*Dimana terjadinya?*) How (*Bagaimana terjadinya?*) atau Why (*Mengapa bias terjadi?*) (Charnley, 1975:97).

Pernyataan di atas sesungguhnya telah menegaskan bahwa tidak ada formula apapun yang bisa menjamin terciptanya *lead* yang bagus. Wartawan yang berpengalaman akan dapat 'merasakan' *lead* yang bagus ketika ia menemukannya. Ia akan menyusunnya dan 'menggosokkannya' dengan hati-hati di dalam pikirannya sebelum ia menuliskannya di dalam komputer.

Jika wartawan tidak puas dengan hasil tulisannya, biasanya dia akan menghapus dan mencoba untuk menulis kembali. Hal ini dilakukan karena dia mengetahui bahwa sekali dia dapat membuat *lead* yang bagus selebihnya akan "bercerita sendiri".

Dengan indra keenamnya yang terlatih, biasanya wartawan dapat 'merasakan' irama, kegaringan, 'cantelan' berita dan dampak dramatik dalam *lead* yang bagus dan kuat. Wartawan telah belajar bagaimana 'mengambil jarak' dari suatu kisah berita agar ia dapat mengkristalisasikan dalam pikirannya tentang pentingnya berita itu dan

arti berita tersebut, dan bagaimana caranya menyampaikan unsur-unsur itu kepada para pembaca dengan jelas dan menarik.

Dalam kaitan ini dunia wartawan tidak ubahnya seperti dunia penelitian yang bertujuan untuk mencapai obyektivitas. Hal ini bisa dimunculkan ketika sebuah penelitian dilakukan lepas dari campur tangan manusia atau peneliti mengambil jarak dengan obyek penelitian. Bukti-bukti ditemukan bukan disebabkan nilainya yang relevan dengan *frame* peneliti. Juga tidak dikumpulkan berdasarkan pesanan penyandang dana atau keterbatasan pustaka. Akan tetapi bukti-bukti itu mengalir dan muncul secara tiba-tiba (Joel. 1998:10).

Jika uraian di atas dirasakan terlalu umum dan tidak dapat diterapkan dalam praktik, ambilah surat kabar manapun dan bacalah *lead*-nya yang berbeda-beda itu: mungkin *lead*-nya sendiri tidak dapat menjelaskan mengapa berbeda-beda, tetapi kita dapat 'merasakan' nya mana *lead* yang lebih bagus dan menarik dibanding *lead-lead* lainnya.

Pada era kekinian, ketika khalayak masyarakat Indonesia sangat kritis, rumus 5W+1H bagi wartawan ketika menulis berita belum cukup. Berita yang baik sekarang ini harus memenuhi rumus 5W+1H+S+B. Apa S dan B-nya?

S dalam rumus tersebut singkatan dari *safety* yang artinya aman. Seorang wartawan ketika menulis berita dan berita tersebut diturunkan melalui media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial harus memenuhi empat aman. Aman pertama bahwa wartawan harus yakin beritanya itu aman bagi dirinya sendiri: bagi wartawan sendiri. Berita tersebut tidak akan berdampak buruk bagi wartawan, baik dibenci orang, dicelakai oleh, bahkan dibunuh orang atau sampai wartawan dituntut oleh orang lain secara hukum. Tidak sedikit dalam sejarah Jurnalistik, baik di Indonesia maupun di luar negeri wartawan menjadi korban karena beritanya tidak aman, baik yang dianiaya, dibunuh atau dijebloskan ke penjara.

Aman kedua, wartawan harus meyakini bahwa berita yang diturunkannya melalui media massa aman bagi orang lain dalam hal ini khalayak pembaca. Wartawan harus menjamin beritanya tidak menyesatkan, membohongi, memfitnah, mencemarkan nama baik, atau bentuk lainnya yang dapat merugikan khalayak. Bahkan, seharusnya yang ideal wartawan punya misi bahwa berita yang dibuatkan harus memberikan manfaat positif kepada khalayak, bukan melahirkan kemudharatan.

Aman yang ketiga, wartawan harus meyakini bahwa berita yang akan diturunkannya melalui media massa aman bagi narasumber atau sumber berita. Dalam konteks inilah wartawan harus mengenali dan

memahami posisi nara sumber atau sumber berita, apakah ia bisa diinformasi secara terbuka kepada khalayak atau sebaliknya cukup inisial, gambar belakang, dibluring, atau lainnya. Berita yang diturunkan tidak boleh merugikan atau membahayakan narasumber atau sumber berita.

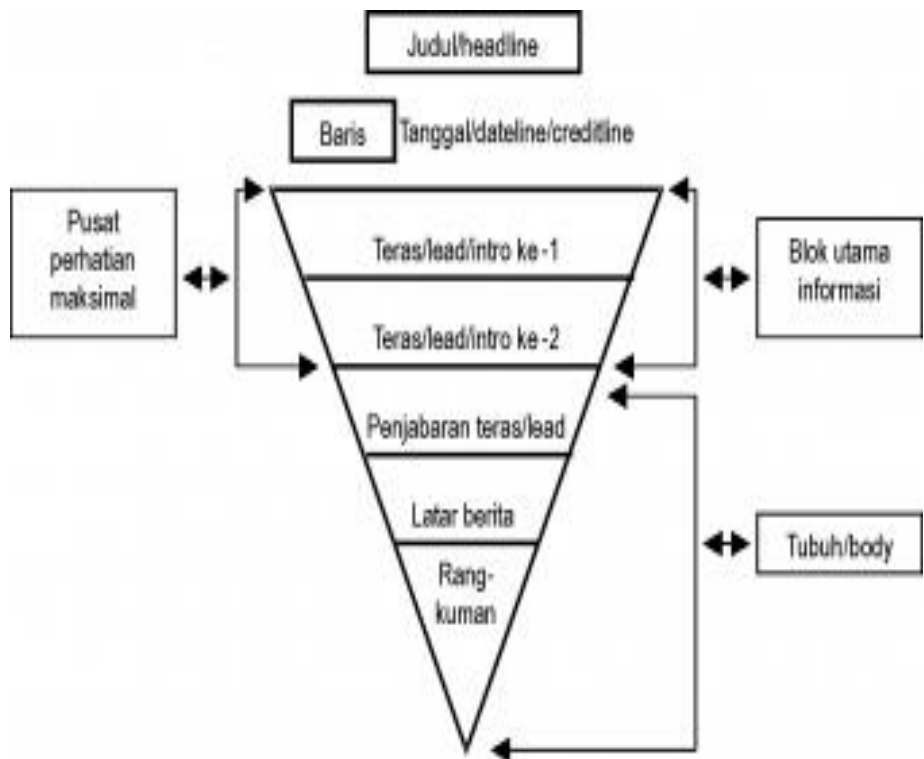
Aman yang keempat, wartawan harus meyakini bahwa berita yang diturunkannya melalui media massa aman bagi perusahaannya tempat bekerja. Banyak contoh yang dapat dijadikan catatan, karena pemberitaan wartawan yang salah atau keliru, kantor redaksi menjadi korban, misalnya, dilempari massa atau bahkan didenda lewat putusan pengadilan karena gugatan pihak lain.

Bagaimana agar keempat aman tersebut dapat terpenuhi ketika wartawan menulis berita, maka ia harus tahu dan paham berbagai aturan terkait penulisan berita yang dipublikasikan, baik dalam bentuk undang-undang atau peraturan lainnya, termasuk di dalamnya kode etik jurnalistik. Kendati bukan sarjana hukum, wartawan tetap harus melek hukum, minimal hukum atau aturan yang terkait dengan tugas pokoknya.

Yang dimaksud B dalam rumus di atas adalah *Bisnis*. Wartawan era kekinian tidak diharamkan berbisnis. Namun, yang dimaksud bisnis dalam rumus ini adalah berita yang diturunkan oleh wartawan tersebut harus marketable. Media massa yang memuat berita tersebut harus diuntungkan secara ekonomis, misalnya, pemberitaan wartawan dapat berdampak pada kenaikan oplag: Koran menjadi laku. Kalau di lembaga penyiaran ratingnya menjadi tinggi.

Selain rumus unsur penulisan berita, sejumlah ilmuwan banyak merumuskan model penyajian berita agar memiliki nilai kemenarikan atau merangsang syahwat pembaca atau penonton. Menurut Padje (2008:136), model penulisan berita sesungguhnya lebih dipengaruhi oleh visi-misi dari surat kabar yang bersangkutan dan target konsumen yang sudah ditetapkan. Sementara itu, kesamaan dalam teknik penulisan berita antar surat kabar hanya terletak pada pola yang selalu menggunakan model piramida terbalik:

Gambar 8.1
Model Penulisan Berita



Sumber: Mappatoto,1993⁸

Gambar di atas menunjukkan bahwa setiap berita selalu diawali dengan ringkasan atau klimaks dalam alinea pembukanya, kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam alinea berikutnya dengan memberikan rincian cerita secara kronologis atau dalam urutan yang semakin menurun daya tariknya. Alinea berikutnya yang memuat rincian dinamakan 'tubuh berita', sedangkan alinea pertama yang memuat ringkasan disebut 'teras berita' atau 'lead'.

Ada alasan khusus mengapa pola berita berbentuk piramida terbalik. *Pertama* hal itu relevan dengan naluri manusia dalam menyampaikan berita, yaitu agar berita dengan cepat dapat ditangkap. *Kedua*, memuaskan rasa penasaran pembaca dengan segera. *Ketiga*, memudahkan redaktur membuat judul berita. *Keempat*, memungkinkan bagian tata letak memotong uraian berita dan menyesuaikannya dengan kolom yang ada (Harahap,1996:19).

Bagi orang yang sibuk, model tersebut memberikan kemudahan untuk mengetahui dengan cepat intisari berita. Dengan hanya membaca *lead*, orang-orang sibuk dapat mengetahui intisari berita, bahkan dapat menyimpulkan apakah berita tersebut layak untuk dibaca keseluruhan atau tidak. Kalau menurut pandangan mereka dari hasil membaca *lead* bahwa isi berita itu penting, mereka akan memutuskan untuk membaca *body* berita, bahkan sampai ekor berita. Sebaliknya, kalau menurut mereka berdasarkan *lead*-nya berita itu tidak penting, mereka dapat mengabaikannya atau tidak melanjutkan membacanya.

3. Syarat Berita

Yang tidak kalah pentingnya dalam menentukan layak tidaknya sebuah berita untuk dimuat pada media massa adalah syarat peristiwa yang diambil dalam berita. Suatu peristiwa dan pendapat dapat dijadikan berita apabila memenuhi syarat, 1) menarik, 2) penting, 3) masih baru, (4) aman bila disiarkan, dan 5) isi pesan harus mengandung nilai kebenaran. (Wahyudi, 1991: 122)

Selain itu, Wahyudi juga berpendapat bahwa suatu peristiwa atau ucapan mengandung nilai berita apabila peristiwa atau ucapan itu menarik, penting atau mengandung nilai aktualitas, artinya, berita tentang sesuatu itu masih baru dan belum pernah disiarkan/dipublikasikan sebelumnya. Suatu berita bernilai aktualitas tinggi apabila disajikan dengan jarak waktu tidak terlalu lama dengan kejadian peristiwa/ucapan itu. Makin singkat akan makin tinggi nilai aktualitas suatu berita.

Selain aktual, suatu berita harus faktual. M. Wonohito dalam Wahyudi (1991: 138) berpendapat bahwa fakta adalah 1) *Something which is really happened*—sesuatu yang benar-benar terjadi—*Really Happened*. 2) *Something which is really true, the Truth*—sesuatu yang benar terjadi dan mengandung nilai kebenaran—*Really true; the Truth*. Dengan kata lain fakta adalah situasi dan kondisi apa adanya, tidak ditambah dan dikurangi.

Menurut Susanto (1977: 96), berita yang disampaikan media massa Indonesia harus berisi informasi mengenai realitas sosial yang faktual, apa adanya sesuai dengan kenyataan, didukung oleh fakta, data objektif, dan aktual.

Dua aspek pesan yang sangat penting yang harus selalu ada dalam suatu berita di surat kabar adalah aspek aktualitas berita dan obyektivitas berita. Aktualitas adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat pada khalayak (Efendy, 1998: 154).

Mencari berita yang baik merupakan pekerjaan yang mudah, tetapi sulit. Mudah karena informasi itu bertebaran di mana-mana dan

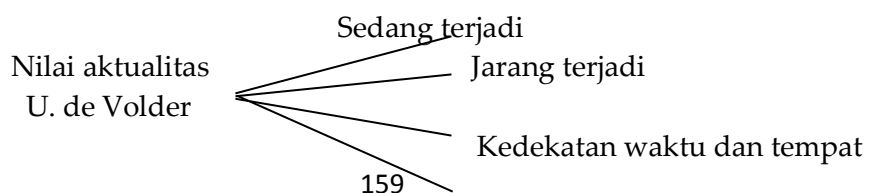
dapat terjadi kapan saja, tetapi untuk menentukan apakah informasi itu dapat dijadikan berita, itulah hal yang sulit. Untuk menemukan informasi yang berpotensi untuk menjadi berita, banyak hal yang bisa dilakukan. Pertama, seorang wartawan harus terbiasa mengkonsentrasikan diri dalam berbagai kesempatan; fokus pada tujuan untuk mendapatkan informasi, maka ketika berada di jalanan, di stasiun, terminal, pasar, rumah sakit, kampus, dan tempat lainnya akan banyak ditemukan informasi yang dapat menjadi inspirasi untuk diangkat menjadi berita. Kedua, wartawan harus banyak membaca; bagi seorang wartawan/penulis tidak ada bacaan yang “diharamkan”, semuanya dapat dijadikan sumber inspirasi penemuan berita. Ketiga, wartawan harus banyak diskusi karena dengan diskusi akan didapatkan inspirasi sumber berita.

Dari centang perenangnya informasi yang didapat dari konsentrasi, membaca, dan diskusi, maka dapat dipilah informasi yang masuk kategori berita dan informasi sekedar informasi. Soeseno (1995:18) menakar informasi untuk ditarik menjadi berita dari sisi temanya. Pertama, tema yang bagus itu adalah tema yang menarik. Yang dimaksud menarik dalam *frame* Soeseno adalah tema yang baru, aneh, terkenal, luar biasa, dan kontroversial (menimbulkan konflik). Kedua, tema harus bermanfaat, yakni dapat menambah pengetahuan bagi pembaca, menambah keterampilan, memecahkan masalah, menghibur, menggugah rasa estetis, dan menyentuh kepekaan etis.

U. de Volder, OFM (1959) dalam Susanto (1977 :27) melihat aktualitas dari segi fungsi sosialnya. Ia menekankan bahwa aktualitas harus ditinjau dari segi *hic et nunc*-nya, artinya terjadi di suatu tempat yang dekat dengan komunikan, serta pada hal sekarang. Suatu kejadian memperoleh nilai aktual, bukan karena kejadiannya sendiri, akan tetapi karena hubungannya dengan komunikan. Sesuatu memperoleh nilai aktual, apabila (1) sedang terjadi, (2) jarang terjadi, (3) punya hubungan dekat (ketegangan) antara komunikator dengan komunikan, yaitu hubungan waktu maupun tempat, dan (4) menarik perhatian.

Untuk lebih jelasnya daspat dilihat dalam gambar berikut.

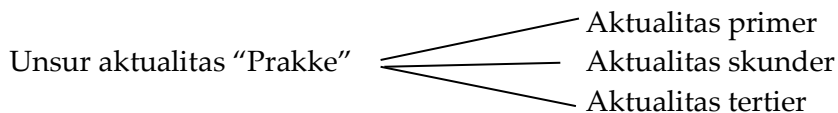
Gambar 8.2
Nilai Aktualitas Berita (U. de Volder)



Menarik perhatian

H.J. Prakke (1956) dalam *Van Persweetenschap to Publichistick* dan dalam *De Samen Spraak in Onze Samen Leving* membagi aktualitas menjadi tiga unsur, yaitu : aktualitas primer, aktualitas skunder, dan aktualitas tertier (Susanto, 1977: 27).

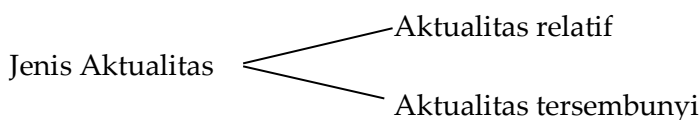
Gambar 8.3
Unsur Aktualitas dari Prakke



- (1) Aktualitas primer diartikan kejadian yang lain dari yang lain. Oleh karena itu, kejadian itu menarik perhatian, baru terjadi, makin cepat kejadiannya. Kejadian itu jika diberitakan makin tinggi nilai aktualitasnya.
- (2) Aktualitas sekunder adalah aktualitas yang walaupun terjadi dalam masa lampau masih tetap mempunyai nilai aktual.
- (3) Aktual tertier adalah aktualitas yang terjadi dalam masa lampau, tetapi dibuat aktual dengan memberikan dan menambahkan hal-hal yang baru.

Prakke membagi aktualitas atas aktualitas relatif dan aktualitas tersembunyi.

Gambar 8.4
Aktualitas dari Prakke dalam Susanto, 1974

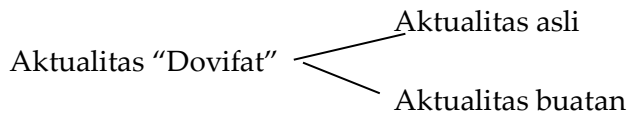


- 1) Aktualitas relatif diartikan sebagai sesuatu kejadian yang memperoleh nilai aktual; kejadian yang memperoleh nilai aktual untuk segolongan atau pun bagian penduduk tertentu.
- 2) Aktualitas tersembunyi adalah berita-berita yang oleh kalangan penguasa tidak diijinkan untuk disebar. Akan tetapi berita-berita tersebut menyebar melalui saluran-saluran lain di luar saluran yang terbuka legal.

Emil Dovifat (1930) membedakan antara aktualitas asli dan aktualitas buatan.

Gambar 8.5

Aktualitas dari Dovifat dalam Susanto, 1974



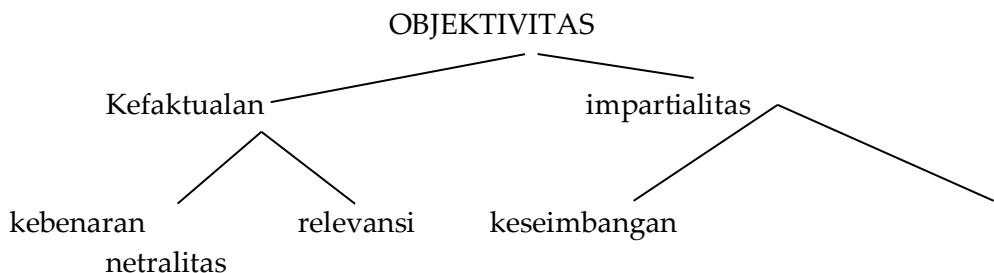
- 1) Aktualitas asli adalah aktualitas yang memenuhi keinginan dan dorongan dalam diri manusia, misalnya, diberitakan tentang perkembangan dan hal-hal terakhir dalam lingkungan hidupnya dan kebutuhan untuk meneruskan, memberitakan apa yang diketahui.
- 2) Aktualitas buatan adalah publikasi yang sebenarnya tidak mempunyai unsur menarik kepentingan dan atau perhatian umum, tetapi dipublikasikan. Untuk dapat menarik, walaupun sebenarnya bukan merupakan hal yang menarik perhatian umum, seringkali media harus menambah-nambah "bumbu" ataupun memasuki bidang pribadi. Umpamanya dengan memberitakan tentang kehidupan pribadi seorang tokoh.

De Volder (1959) mengemukakan bahwa aktualitas asli jarang terjadi. Pada umumnya nilai aktualitas suatu berita diperoleh karena ditambah atau diberi nilai oleh manusia, yaitu karena suatu berita tersebut: 1) menarik, 2) sedang terjadi (*hic et nunc*) dan mempengaruhi pembaca, dan 3) ditentukan oleh jarak, waktu, dan tempat antara kejadian dengan komunikan.

Ada dua pengertian aktual atau masih baru, yaitu, 1) peristiwa/ucapan itu masih baru dan dipublikasikan secepatnya atau pada kesempatan pertama; dan 2) peristiwa/ucapan itu sudah lama (lebih dari satu hari) bahkan ratusan tahun, tetapi baru diketahui/dikemukakan/dikemukakan lagi. (Wahyudi, 1991:137).

Objektivitas memiliki komponen khusus yang harus dipenuhi. Komponen tersebut menurut Westerthal (1983) seperti dikutip McQuail (1987:130) sebagai berikut.

Gambar 8.6
Nilai Obyektivitas Westerthat



Kefaktualan dikaitkan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa atau pernyataan yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar. Kefaktualan ditentukan oleh beberapa kriteria “kebenaran”, yaitu: 1) keutuhan laporan, 2) ketetapan yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan 3) tidak adanya keinginan untuk menyelaraskan.

Relevansi lebih sulit ditentukan dan dicapai secara objektif. Namun demikian, pada dasarnya relevansi sama pentingnya dengan kebenaran dan berkenaan dengan proses seleksi, bukannya dengan bentuk atau penyajian. Relevansi juga mensyaratkan perlunya proses seleksi yang dilaksanakan menurut prinsip kegunaan yang jelas

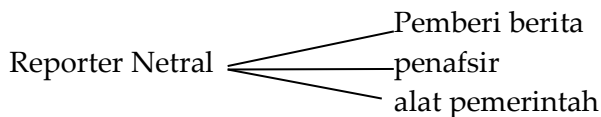
Mengartikan faktual sesuatu berita, harus berhati-hati karena ada fakta yang tidak mengandung nilai kebenaran. Sementara itu, fakta yang dapat diberitakan fakta yang mengandung nilai kebenaran. Berita itu terjadi dan benar. Fakta tidak selalu bersumber dari event/peristiwa, tetapi dapat bersumber dari sesuatu yang masih menjadi topik pembicaraan atau *topical significant* (Wahyudi, 1991:137).

Menurut Winohito (1987), faktualitas berita adalah apabila berita itu memberitakan tentang 1) sesuatu yang benar-benar terjadi dan 2) sesuatu yang benar terjadi serta mengandung nilai kebenaran. Berita baru dapat disiarkan apabila bersumber dari sesuatu yang benar-benar terjadi, benar, dan mengandung nilai kebenaran (Wahyudi,1991:138)

Impartialitas, dihubungkan dengan sikap nentral wartawan (reporter). Suatu sikap yang menjauhkan di dari setiap penilaian pribadi (personal) dan subjektif. Sikap demikian erat hubungannya dengan persepsi wartawan terhadap perannya.

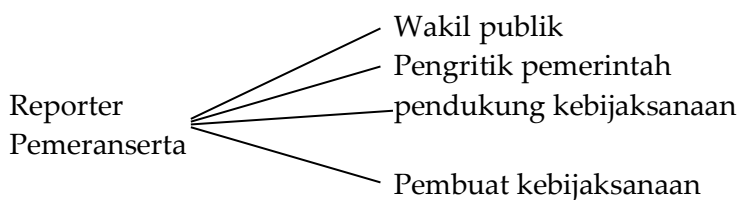
Cohen (1963) membedakan antara reporter netral dengan reporter pemeran serta. Reporter netral yakni mengacu pada gagasan pers sebagai pemberi berita, penafsir, dan alat pemerintah. Dalam hal ini pers menempatkan diri sebagai saluran atau cermin (McQuail,1987:145)

Gambar 8.7
Reporter Netral dari Cohen



Adapun reporter pemeran serta yang lebih dikenal dengan istilah *the traditional fourth estate* yang dalam pengertian bahwa pers sebagai wakil publik, pengkritik pemerintah, pendukung kebijaksanaan dan pembuat kebijakan (McQuail,1987:146).

Gambar 8.8
Reporter Pemeranserta dari Cohen



Menurut Johnstone (1976), peran yang netral lebih digemari oleh para wartawan. Peran demikian ini sejalan dengan peran objektivitas sebagai nilai utama dan unsur penting profesionalisme baru. Hal tersebut pernah dibuktikan dalam suatu penelitian Lippman (1922), Corey (1969), Schudson (1978), Tuchman (1978), Roshco (1975), Jonowitz (1975), dan Philips (1977) (McQuail, 1987:146).

BAB IX

LITERARY JOURNALISM

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis, menjelaskan, dan membuat isi media massa yang paling utama dalam menjalankan fungsi informasi plus juga fungsi menghibur, yakni *literary journalism*, termasuk di dalamnya definisi, unsur dan model, serta syarat-syarat sebuah karya dapat dikategorikan sebagai *literary journalism*.

B. Literary Journalism

Secara etimologis, *Literary Journalism* dapat dipastikan berasal dari Bahasa Inggris, yakni perpaduan dari kata *literary* dan *journalism*. *Literary* dapat diterjemahkan *sastra* dan *journalism* diterjemahkan *jurnalistik* (*Jurnalisme*), sehingga secara sederhana *Literary Journalism* dapat diterjemahkan *Jurnalistik Sastra*. *Jurnalistik* adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyunting, dan memuat, dan menyebarkan informasi dalam bentuk berita melalui media massa.

Dalam konteks keilmuan sebagaimana realita bahwa Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang multidisipliner, dahan-dahan komunikasi, di antaranya *Jurnalistik* pun membuktikan warisan ilmu multidisipliner komunikasi. *Jurnalistik* pun, baik secara teoretik maupun sebagai Ilmu Terapan berkembang dan dapat berkolaborasi dengan ilmu lainnya, seperti halnya *Jurnalistik Sastra* yang merupakan perpaduan antara Ilmu *Jurnalistik Terapan* dengan *Sastra* “terapan” pula. Oleh karena itu, *Jurnalistik Sastra* banyak dipelajari oleh mahasiswa *jurnalistik* dan *sastra* atau para peminat *sastra* dan peminat *jurnalistik*.

Secara historis, kata *Literary Journalism* merupakan salah satu dari lima varian karya *new journalism*. Istilah ini muncul di Amerika ketika doktor American Studies dari Yale University, Thomas Kennerly Wolfe Jr. membaca tulisan Gay Talese tentang Joe Louis seorang petinju tua di majalah *Esquire* (1962). Dari sana, Wolfe merasa terkesan dengan gaya tulisan itu. Ia menemukan, sistem *jurnalisme* baru telah lahir. Teknik reportase dan gaya pelaporannya yang tidak dibatasi oleh sekat-sekat narasi lama. Wolfe mulai mencoba observasi dan mempraktekannya, ia mengaplikasikannya dalam gaya penulisan novel.

Komunikolog Fedler (dalam Santana, 2008) membagi *jurnalisme* baru ke dalam empat pengertian, yakni : *Advocacy Journalism*, *Alternative Journalism*, *Precision Journalism*, dan *Literary Journalism*. *Advocacy journalism* mengilustrasikan tujuan penciptaan opini publik, melanjutkan peran *watch dog* (pengawas) dari fungsi *the four estate of the press*.

Alternative journalism menspesialisasikan target minat pembaca, seperti jurnal profesi, *Precision journalism* menggunakan metode ilmiah sebagai alat reportase. *Literary journalism* menggunakan kreasi sastra dalam penulisan laporan secara non-fiksi.

Pada perkembangan selanjutnya, *Litetary Journalism* menggantikan istilah *new journalism*. Jurnalis seperti Newfield percaya bahwa *new journalism* sebenarnya hanya perbedaan gaya menulis. Paham ini sudah ada sejak lama seperti *yellow journalism* yang muncul tahun 1890-an. Tak heran bila kemudian banyak kritikus mengecam *new journalism* yang dianggap mengembalikan keburukan masa lalu. Mereka menyebutnya *an era of bias*, hal ini karena *new journalism* melahirkan jurnalis yang terlalu subyektif dan melebih-lebihkan individualisme wartawan dalam mengambil sudut pandang ruang-waktu terhadap suatu peristiwa.

1. Perpektif Jurnalisme Sastra

Walaupun pada mulanya, penulisan laporan dengan gaya sastra digunakan untuk menandingi atau mengungguli daya pikat kecepatan penyampaian informasi dengan media *audio visual* yang diwakili oleh televisi dan radio. Sebagaimana fakta yang ada di Indonesia masa kekinian, televisi dan radio sebagai media elektronik tidak lagi sebagai media yang memfokuskan fungsinya sebagai media hiburan, tetapi juga menjalankan fungsi *to inform*, menyampaikan informasi, seperti lahirnya Tv One, Metro Tv, El-Shinta FM, PR FM, dan lembaga penyiaran lainnya yang konsen sebagai televisi dan radio berita. Realitas itu pula, baik langsung atau pun tidak langsung mempengaruhi kondisi media cetak, terutama surat kabar harian yang notabene baik dari aspek aktualitas maupun penyajian audiovisual, kalah telak.

Kondisi seperti itu di Amerika sudah terjadi sekitar tahun 1960-an, sehingga para jurnalis surat kabar mencari alternatif bentuk penyajian berita yang bisa memikat pembaca lebih dari sekedar informasi. Dalam kontes itulah mereka menemukan karya sastra. Dalam karya sastra dibutuhkan kedalaman informasi yang lebih dibandingkan pelaporan biasa. Hal itu melahirkan ide *new journalism* yang peliputannya digarap di luar kebiasaan reporter koran atau penulis nonfiksi, yakni : mengamati seluruh suasana, meluaskan dialog, memakai sudut pandang dan mencari bentuk monolog interior yang bisa dipakai.

Oleh karena itu, praktik penulisan Jurnalisme Sastra telah muncul di Amerika Serikat sekitar tahun 1960-an seiring kebosanan para wartawan setempat akan cara kerja, teknik dan bentuk pelaporan peristiwa yang monoton, serta pengaruh *booming*-nya penulisan novel kala itu dan keinginan untuk mengungguli daya pikat media audio visual dan kecepatan siaran televisi.

Sejak saat itulah masyarakat mengenal apa yang kemudian disebut sebagai Jurnalisme Sastra.

Robert Varré, wartawan *The New Yorker* sekaligus pengajar di Universitas Harvard, kemudian merumuskan prinsip Jurnalisme Sastra. Prinsip utama yang diungkapkan Varré adalah fakta. "Jurnalisme menyucikan fakta. Walau pakai kata dasar 'sastra', tapi ia tetap jurnalisme. Setiap detail harus berupa fakta. Nama-nama orang adalah nama sebenarnya. Tempat juga memang nyata. Kejadian benar-benar peristiwa yang terjadi.

Jurnalisme sastra memang berbentuk seperti fiksi, tetapi tidak termasuk ke dalam kelompok fiksi. Jurnalisme sastra muncul sebagai bagian dari gerakan *New Journalism* yang dicetuskan oleh Tom Wolfe. Namun, pada tahun 1.700 sebenarnya sudah muncul esai-esai naratif yang ditulis oleh penulis seperti Ernest Hemingway, A.J. Liebling dan Joseph Mitchell. Baru tahun 1970 sampai 1980-an istilah jurnalisme sastra berkembang dalam masyarakat. Pelopornya adalah John McPhee, Richard Rhodes, Mark Singer, dan beberapa tokoh lain. Jurnalisme sastra masuk ke dalam bermacam wilayah penulisan, seperti pariwisata, memoar, esai-esai historis dan etnografis, bahkan berita-berita mengenai peristiwa nyata. Sebenarnya adanya gaya penulisan sastra dalam tulisan membuat sebuah laporan menjadi janggal. Akan tetapi, jurnalisme sastra menjadi sarana penolakan terhadap jurnalisme lama. Memang jurnalisme sastra pada akhirnya berbentuk mirip fiksi, tetapi jurnalisme sastra tidak dapat dikatakan fiksi. Jurnalisme sastra tetap harus menjaga akurasi fakta dalam penulisannya. Jurnalisme sastra akan menghasilkan tulisan yang personal dan cenderung subjektif, akan tetapi kenyataan tulisan harus seusai dengan realita peristiwa.

Dalam hal penggunaan bahasa, gaya bahasa Jurnalisme Sastra berkembang lebih luwes menjadi bahasa yang kaya sajian kreasi kata-kata yang mampu merekam emosi suasana dengan tetap mempertahankan kesucian fakta. Fakta yang disajikannya menjadi hidup plus gaya bahasa sastra yang dapat memberikan penekanan tertentu terhadap suatu peristiwa, sekaligus juga mempengaruhi cara pembaca memandang peristiwa yang disajikan.

Jurnalisme sastra adalah jenis tulisan jurnalistik yang teknik dan gaya penulisannya menggunakan cara yang biasa dipakai dalam karya sastra, misalnya seperti dalam cerpen atau novel. Jurnalisme sastra menyajikan karya jurnalistik yang lebih menarik dibaca, menyentuh emosi. Pujiono (2012) menyebut jurnalisme sastra merupakan jurnalisme sastrawi. Antara jurnalistik dan sastra memanglah dua hal berbeda yang hidup di dua dunia yang berbeda pula. Yang satu menawarkan informasi

berguna bagi masyarakat, yang satu lagi menawarkan keindahan tekstual bagi pembacanya. Jika keduanya dikawinkan jadilah jurnalisme sastra, karya sastra yang mengandung unsur fakta.

Jurnalistik merupakan kegiatan dalam proses pengelolaan, dan cara penyampaian laporan (berita) mulai dari tahap peliputan, pengumpulan bahan berita, dan penulisan berita yang termuat dalam media massa. Sementara itu, Sapardi Djoko Damono⁹ (dalam Pujiono, 2012)¹⁰ mengungkapkan definisi sastra adalah segala jenis karangan yang berisi dunia khayalan manusia, yang tidak bisa begitu saja dihubungkan dengan kenyataan.

Damono menyebut, novel *Burung Burung Manyar* karya J.B Magunwijaya, dan *Surapati* karya N. St. Iskandar sebagai karya sastra yang banyak menggunakan peristiwa, tokoh sejarah, sebagai bahan utamanya. Selain novel itu, *Tetralogi Buru* karya Pramoedya Ananta Toer juga menyajikan catatan-catatan sejarah dan hasil imajinasinya. Seno Gumira Ajidarma pernah merilis 12 cerita pendeknya dalam sebuah buku kumpulan cerpen berjudul *Saksi Mata*, di dalamnya secara tersirat mengisahkan pembantaian warga sipil oleh tentara Indonesia di Santa Cruz, Dili, Timor Timor (sekarang Timor Leste). Kemudian novel-novel lainnya yang banyak mengangkat kisah nyata sebagai sumber inspirasi.

Contoh-contoh tersebut menunjukkan bahwa karya sastra yang mengandung unsur fakta bukanlah suatu yang asing. Di lain pihak, produk jurnalistik yang mengandung unsur sastra sebagai pemercantikannya juga bukan hal baru. Di Indonesia dapat dengan mudah ditemukan dalam majalah berita mingguan *Tempo*. Bahkan, di Indonesia, gaya penyajian sastra dalam penulisan jurnalistik dipelopori majalah *Tempo* sejak tahun 1970-an.

Sekitar tahun 1984, para jurnalis sastra memperkuat karakteristik jurnalisme sastra yang dikembangkan Tom Wolfe. Para jurnalis sastra memasukkan reportase *immersion*, akurasi, suara, struktur, tanggung jawab, dan representasi simbolik. Para penulis menambahkan daftar keterlibatan pribadi dan kreativitas artistik pada materi mereka. Sejumlah elemen lain juga ditemukan yakni: proses pencarian akses, simbolisme fakta, strategi-strategi riset, dan teknik-teknik yang juga dimiliki oleh fiksi dan etnografi.

Jurnalisme Sastra bukan sekedar penulisan laporan faktual dengan bahasa puitis atau estetis. Lebih dari itu, Jurnalisme Sastra merupakan ruang di mana segenap dimensi estetik sastra menyusup ke

dalam penulisan laporan jurnanisme. Segenap dimensi estetik tersebut dapat dilihat dari wujudnya, yakni berupa penggunaan gaya bahasa, elemen-elemen, dan teknik penulisan yang lazim dijumpai dalam sebuah karya sastra semisal cerita pendek, novel, bahkan puisi (Pujiono, 2012).

Menurut Santana (2008), jurnanisme sastra, secara konsep dan dalam banyak segi membawa kebaruan. Kebaruan itu diawali dengan pencampuran fakta dan fiksi. Pembaca dibuat merasa membaca kisah fiksi yang berbumbu fakta. Hal itu karena sajian peliputannya kadang-kadang menampilkan tokoh-tokoh yang riil. Bahkan dalam contoh yang paling ekstrem, pembaca tidak tahu lagi yang mana yang fiksi yang mana yang fakta. Pada diri tokoh yang diberitakan, penulis jurnanisme sastra dengan sengaja mengkompilasikan banyak karakter yang ia temui saat meliput, sehingga laporan mereka terasa dramatis dan diceritakan dalam tempo penceritaan yang cepat.

Dalam jurnanisme sastra rumus berita 5W+1H yang menunjukkan dasar fakta tetap berlaku, tetapi dikembangkan dalam kreativitas yang berbeda. Sehebat apapun kreativitas penulisan, rumus 5W+1H tetap harus tersurat dalam karya jurnanisme sastra, kendali dalam penyajian yang berbeda; dengan gaya bahasa yang luar biasa. Pujiono (2012) menyebutnya terjadi pengembangan rumusan baku 5W+1H, yakni *Who* berkembang menjadi karakter, *What* menjadi alur, *Where* menjadi latar (*setting*), *When* menjadi kronologi pengadegan, *Why* menjadi motif, dan *How* menjadi narasi.

Dalam konteks *news* sebagai berita biasa alih-alih bukan jurnanisme sastra, *what* didefinisikan apa yang terjadi, *who* didefinisikan siapa yang terlibat, *where* didefinisikan dimana peristiwa itu terjadi, *when* didefinisikan kapan peristiwa itu terjadi, *why* diartikan mengapa peristiwa itu terjadi, dan *how* diartikan bagaimana proses terjadinya. Oleh karena itu, dalam contoh lead berikut dapat dipilah :

Dalam memeriahkan Hari Jadi Jawa Barat yang ke-70, Gubernur Jawa Barat membuka secara resmi pameran pembangunan Jawa Barat di Halaman Gedung Sate Bandung, Minggu (10/11) kemarin. Gubernur yang didampingi Ketua DPRD Jawa Barat setelah memberikan sambutan memukul gong tiga kali sebagai tanda acara pameran dibuka.

Berdasarkan *lead* berita tersebut, 5W+1H dalam berita biasa tersebut sudah dapat terjawab, *who* : Gubernur Jawa Barat, *what* : membuka secara resmi pameran pembangunan Jawa Barat, *where* : di Halaman Gedung Sate Bandung, *when* : Minggu (10/11) kemarin, *why* : dalam memeriahkan Hari Jadi Jawa Barat yang ke-70, dan *how* :

Gubernur yang didampingi Ketua DPRD Jawa Barat setelah memberikan sambutan memukul gong tiga kali sebagai tanda acara pameran dibuka

Lalu bagaimana yang dimaksud *who* sebagai karakter dalam penulisan jurnalisme sastra? Penulis jurnalisme sastra tidak cukup menyatakan Gubernur Jawa Barat sebagai *who*, tetapi dengan seperangkat karakteristiknya, sehingga diungkapkan pula Gubernur Jawa Barat dalam bumbu narasi lainnya, seperti bagaimana ia duduk dengan santai atau tegang, berdiri dengan tegap atau gontai, berjalan, memukul gong dan juga karakter kata-kata yang diungkapkannya dalam sambutan: melucu atau formal, termasuk cara ia berpakaian: rileks atau formal, cocok atau tidak, dan seterusnya. Semuanya disajikan lengkap sebagaimana seorang penulis cerpen atau novel menceritakan karakteristik pemeran utamanya.

Ketika MC mempersilakan Gubernur Jawa Barat yang dikenal ramah ini untuk menabuh gong, ia beranjak dari duduk santainya. Kakinya yang bersilang ditegakkannya, lalu dilangkahkan perlahan menuju alat musik yang dibuat dari kuningan mengkilap bagai emas murni 24 karat. Dengan senyumnya yang tetap renyah serenyah chiki jajanan anak, Gubernur mengulurkan tangan mengambil alat penabuh gong. Tangan Gubernur terlihat tetap kokoh walau usia tengah menggerogotinya pada angka 60 tahun. Dengan cekatan Gubernur memukul gong. "Goooong," Gong bersuara membahana mengisi setiap relung hati undangan sebagai tanda pameran dibuka. Tepuk tangan tamu undangan pun riuh menyambutnya gembira....

Jurnalisme Sastra memang memerlukan teknik pelaporan yang menyajikan beritanya dengan cara berkisah. Jurnalisme ini mempunyai nilai dramatis yang kuat dan tingkat keterlibatan rasa yang tinggi. Pekerjaan naratif bukan hanya menyampaikan apa yang terjadi, tapi menuntut kemampuan mengisahkan, drama, konflik. Naratif mengubah rumus 5W+ 1H menjadi lebih segar.

Dalam penggambaran *who* saja, seperti menggambarkan karakter pemeran dalam cerpen atau novel, dapat disajikan dengan sangat variatif dan komplementif. Karakter *who* dapat digambarkan langsung oleh penulis seperti contoh di atas penggambaran karakter Gubernur yang ingin menunjukkan karakter ramah dan gagah walaupun sudah berusia. Bisa juga penggambaran karakter dengan cara tidak langsung, yakni dengan kata-kata lisan yang diungkapkan pemeran, sehingga pembaca dapat menyimpulkan bahwa Gubernur ini punya karakter tertentu.

“Dengan mengucapkan bismillah....dan rasa syukur ke hadirat Allah Swt. maka pameran ini dinyatakan dibuka secara resmi...semoga Allah meridloi acara kita ini...,” ucap Gubernur sebelum mengayunkan tangannya memukul gong.

Dengan kalimat langsung, pemeran Gubernur tersebut dapat melahirkan pandangan dari pembaca tentang karakter Gubernur, misalnya, agamis, religious, dan sebagainya karena Gubernurnya dari partai Islam, dan lain sebagainya.

Jurnalisme sastra mampu memberi ruang pada kepekaan rasa wartawan dengan kebutuhan khalayak akan momen kemanusiaan. Jurnalisme sastra juga membuka kontak personal wartawan dengan pembaca secara pribadi dengan penuh emosi. Namun, pelaporan jurnalisme sastra akan tercapai jika terjadi kesepahaman antara editor dan reporter, di antaranya dalam hal penggunaan teknik naratif, proses reportase untuk laporan, dan membedakan siapa yang menulis dan menyunting. Bahkan, antara wartawan dan editor harus memiliki aroma rasa yang sama, sehingga tidak terjadi proses penyuntingan yang berlebihan yang dapat menghilangkan karakteristik rasa yang dimiliki wartawan.

Memandang jurnalisme sastra sebagai praktik produk berita yang kreatif, Andreas Harsono (2005) berpendapat bahwa jurnalisme sastra lebih dalam dari berita pendalaman; “Jurnalisme Sastra bukan saja melaporkan seseorang melakukan apa, tapi ia masuk ke dalam psikologi yang bersangkutan dan menerangkan mengapa ia melakukan hal itu. Ada karakter, ada drama, ada babak, ada adegan, ada konflik.” Maka tak heran bila Wolfe mengungkapkan unsur penting yang juga terdapat pada proses penyajiannya ialah “waktu riset dan wawancara biasanya panjang sekali, bisa berbulan-bulan, bahkan bertahun-tahun, agar hasilnya dalam.

2. Teknik Jurnalisme Sastra

Seperti halnya membuat cerpen atau novel, membuat karya jurnalisme sastra memerlukan teknik penceritaan yang cermat. Penulis harus rinci mencatat semua peristiwa, termasuk penganalogian fakta yang senyatanya terekam dengan teknis jurnalistik dipadupadankan dengan kemampuan bergaya bahasa. Namun, kalau menulis cerpen atau novel, fakta bisa didapat dari imajinasi penulis, sehingga dengan “berkhayal”, penulis bisa mendapatkan fakta tersebut. Penulisan jurnalisme sastra tidak seperti itu, penulis harus tetap konsisten pada fakta yang merupakan realita atau yang benar-benar terjadi. Bahkan fakta merupakan “data suci” yang harus ada, sehingga penulisan jurnalisme

sastra harus diengkapi juga dengan foto, gambar, bahkan video sebagai bukti kefaktaannya selain jawaban dasar rumus 5W+1H tetap ada.

Ibu ikan berlarian ke sana ke mari. Sambil bercucuran air mata, ia berteriak-teriak memanggil anak semata wayangnya. Ia pun terkesiak ketika terlihat bapak ikan, suaminya terhimpit puing-puing kapal jatuh dan beberapa tetangganya pun bernasib sama. Mereka menggelepar kesakitan, bahkan di antara mereka pun ada yang sudah tewas bardarah-darah. Jatuhnya pesawat terbang x pada awal Februari 2015 lalu ke daerah pesawahan penduduk, ternyata tidak hanya menewaskan sejumlah penumpang dan petani di sawah, tetapi juga ratusan ekor ikan karena sebagian puing-uing kapal menimpa kolam.

Contoh di atas ingin menunjukkan fakta bahwa dalam musibah kecelakaan jatuhnya pesawat terbang pada Februari lalu (berdasarkan fakta) ada sebagian puing kapal jatuh ke kolam dan ratusan ikan mati. Penulis menceritakan ikan dengan gaya bahasa personifikasi, sehingga tampak hidup. Boleh juga ditambahkan ilustrasi foto atau gambar puing-puing kapal yang jatuh ke kolam dan banyak ikan yang mati untuk menguatkan bahwa peristiwa itu nyata.

Para ilmuwan, penulis, bahkan pengamat jurnalisme sastra banyak memberikan rujukan tentang teknik menulis jurnalisme sastra, yakni dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Pertama pelaporan peristiwa. Laporan jurnalistik harus disusun menggunakan teknik bercerita adegan demi adegan, atau suasana demi suasana atau peristiwa demi peristiwa. Teknik pengisahan suasana demi suasana, membuat pembaca larut dalam kejadian yang tengah dilaporkan wartawan. Untuk melaporkan suatu berita secara lengkap, wartawan harus bekerja lebih dari sekedar melaporkan fakta-fakta dan menyusunnya secara kronologis. Mereka harus melakukan pengamatan melebihi reporter biasa, sehingga memerlukan waktu yang cukup panjang dan konsentrasi yang ekstra.

Kedua pelaporan dialog. Setiap orang pasti akan “berkata” atau “menyampaikan sesuatu”, dan apa yang dikatakannya bisa bernilai “berita”. Dengan teknik “dialog” ini, jurnalis sastra mencoba menjelaskan peristiwa yang hendak dilaporkannya. Bagaimana yang terjadi, itu yang disampaikan. Melalui percakapan pula, disiratkan karakter para pelaku yang terlibat, sekaligus diterangkan mengapa suatu peristiwa terjadi. Melalui dialog, jurnalis mencoba memancing rasa keingintahuan pembaca.

Ketiga pandangan orang ketiga. Dalam jurnalisme sastra, wartawan tidak hanya bertindak sebagai orang yang melaporkan peristiwa, tetapi bisa juga menjadi tokoh ketiga dalam laporan berita. Ia bisa menjadi orang di sekitar tokoh, sehingga ia harus berperan menjadi pelapor yang tahu jalan cerita dalam berita. Pemeran lainnya pun bisa muncul dari orang yang diajak berdialog atau diwawancara, misalnya, saksi mata di TKP (tempat kejadian perkara). Dalam pelaporan jurnalisme sastra, sudut pandang tidak hanya satu, tetapi bisa sampai tiga. Orang ketiga bisa jadi tokoh utama dalam berita, tetapi bisa juga sebagai orang yang berada di sekitar kejadian dan tengah melaporkan hasil pengamatan jurnalistik.

Keempat pencatatan semua peristiwa. Semua hal yang terjadi dalam peristiwa itu dicatat dengan terperinci; yaitu perilaku, adat istiadat kebiasaan, gaya hidup, pakaian, dekorasi rumah, perjalanan wisata, makanan dan lain-lain. Jurnalisme diharuskan untuk lebih merilkan realitas peristiwa-berita dan dengan kesungguhan menampilkan kenyataan yang murni dalam pelbagai segi.

Jurnalisme sastra dalam ajaran gerakan *New Journalism*, menurut Bandel (2013) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut : 1. Bentuk tulisan adalah rangkaian adegan yang dilengkapi dengan latar dan alur cerita; 2. Ada reproduksi dialog secara langsung; 3. Narasi menggunakan sudut pandang salah satu tokoh; 4. Ada penjelasan detail mengenai penampilan tokoh atau latar; 5. Sekalipun jurnalisme sastra berbentuk mirip fiksi, perlu tetap diperhatikan bahwa penulisannya tetap didasarkan pada bahasa baku; 6. Bagaimanapun juga jurnalisme sastra tetap menjadi bagian dari jurnalistik.

Hal tersebut menunjukkan bahwa jurnalisme sastra tidak pernah meninggalkan ruh jurnalitiknya maupun ruh sastranya. Keduanya merupakan perpaduan yang sinergis, sehingga penulisnya pun harus memiliki kemampuan *biliskill*. Ia tahu, paham, dan pandai menulis laporan jurnalistik, tetapi juga harus tahu, paham, dan terbiasa menulis sebuah karya sastra. Sosok penulis seperti inilah yang sulit dicari, sehingga karya jurnalisme sastra merupakan karya yang langka.

Dalam pandangan Farid Gaban (dalam Santana, 2008), karya jurnalisme sastra harus memenuhi elemen penting, yakni:

- a. Akurasi, membuat penulis kredibel.
- b. Keterlibatan, memadu reporter untuk menyajikan detail yang merupakan kunci untuk menggugah emosi pembaca.
- c. Struktur, tulisan harus mampu menggelar suasana, merancang irama dan memberikan *impact* yang kuat kepada pembaca.

- d. Suara, dalam artian posisi penulis dalam tulisan tersebut.
- e. Tanggung jawab, penulis harus mampu menampilkan nilai pertanggung jawaban.
- f. Simbolisme, setiap fakta yang kecil sekalipun merupakan gagasan yang sengaja disusun karena terkait makna yang lebih dalam.

Keenam elemen tersebut secara tersurat menggambarkan eksistensi penulis atau wartawan dalam tulisan jurnalisme sastra. Ia harus betul-betul eksis tidak hanya sebagai penulis, tetapi juga merupakan bagian pemeran dalam peristiwa yang terjadi. Oeh karena itu, wartawan yang menulis jurnalisme sastra harus benar-benar menceburkan diri pada peristiwa sejak awal sampai akhir, sehingga ia dapat bertutur dengan runtut tidak hanya menggambarkan peristiwa, tetapi menarasikan semua unsur news, yakni 5W+1H.

Elemen itu pulalah yang mendorong wartawan ketika menulis karya jurnalisme sastra harus runtut memenuhi aturan penyajian, sehingga karyanya betul-betul memuaskan pembaca. Setidaknya ada sembilan aturan penulisan jurnalisme sastra sebagai berikut.

Pertama, wartawan harus melakukan riset mendalam dan melibatkan diri dengan subjek. Jurnalisme sastra membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan reportase. Data yang didapat harus betul-betul akurat dan mendalam. Para jurnalis sastra pun harus lebih mendekatkan diri kepada sumber agar data yang ada semakin akurat. Jurnalis juga harus mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap perilaku sumber berita atau pemeran utama yang merupakan jawaban dari *who*.

Kedua, wartawan harus jujur kepada pembaca dan sumber berita. Harus diyakini bahwa pembaca merupakan hakim yang tidak boleh dibohongi penulis. Ketika menulis jurnalisme sastra, bahkan sebetulnya ketika menulis apapun yang merupakan bagian dari *news*, hal yang paling berharga yang harus dijaga oleh wartawan adalah *trust*. Dalam berbagai aturan terkait dengan kepenulisan *news*, termasuk di dalamnya Kode Etik Jurnalistik ditegaskan bahwa wartawan tidak boleh bohong. Hal itu harus dilakukan berangkat setidaknya dari dua alasan yang fundamental. Pertama, bohong itu salah satu dosa besar dalam ajaran agama manapun. Jika berbohong pada satu orang, maka ia telah melakukan dosa besar pada satu orang. Jika kebohongan dilakukan oleh wartawan dengan menggunakan media massa, maka ia berdosa besaarnya pada banyak orang sesuai dengan jumlah pembaca bagi media cetak atau jumlah pendengar bagi radio atau jumlah penonton bagi televisi. Kedua, bohong itu dapat menghilangkan kepercayaan. Jika

berbohong pada satu orang, kita akan kehilangan kepercayaan dari satu orang itu. Jika seorang wartawan berbohong terhadap pembacanya, pendengarnya, atau penontonnya menggunakan media massa, maka ia akan kehilangan kepercayaan dari pembacanya, pendengarnya, atau penontonnya. Hal itu jelas merugikan tidak hanya bagi diri wartawan, tetapi juga bagi media massa tempat bekerjanya atau bahkan bagi profesiewartawanan dan seluruh media massa yang ada.

Ketiga, wartawan harus mewaspadai fiksionalitas. Karena tulisan berbentuk jurnalisme sastra bernuansa sastra, sehingga aspek fiksi dimungkinkan menjebak dan menggiring wartawan untuk mereka-reka adegan, peristiwa, bahkan karakter pemeran. Oleh karena itu, wartawan harus tetap waspada. Ia harus menghindari dari kesengajaan mengkombinasi atau memperbaiki adegan demi adegan, mengagregasi karakter, memoles kutipan, atau mengubah keaslian materi liputan secara berlebihan, sehingga terkesan mengada-ada. Wartawan harus tetap menunjukkan pembeda antara jurnalisme sastra dengan karya sastra yang notabene mengandung fiksionalitas yang tinggi, sedangkan jurnalisme sastra memiliki landasan fakta.

Keempat, wartawan harus menjaga hubungan dengan sumber berita atau nara sumber. Otentikitas nilai informasi dalam jurnalisme sastra tetap merupakan hal yang pokok, sehingga wartawan harus benar-benar mendapatkan keterangan atau informasi dari sumber yang layak dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, wartawan harus pandai memilah dan memilih nara sumber, sehingga menghasilkan informasi yang otentik, sekaligus ketika menyajikan informasi dalam jurnalisme sastra pun harus seotentik mungkin karena hal itu pun menyangkut kepercayaan narasumber. Narasumber pun akan bertindak seperti dewan juri. Ia akan menilai karya jurnalisme sastra wartawan. Selain itu, wartawan pun harus menjaga kepercayaan narasumber, jika dari mereka ada permohonan yang disepakati bersama, terkait dengan beberapa hal yang harus dirahasiakan, misalnya, narasumber menyatakan *off the record* dan lain sebagainya, maka wartawan harus komit dengan kesepakatan itu.

Kelima, wartawan harus fokus pada peristiwa. Penulisan jurnalisme sastra pada intinya melaporkan peristiwa dengan teknik penyajian model menulis karya sastra. Artinya, inti dari jurnalisme sastra adalah peristiwa. Oleh karena itu, wartawan ketika menyajikan jurnalisme sastra harus fokus pada peristiwa. Bahkan, kalau bisa hanya satu peristiwa. Jika ditemukan banyak peristiwa, tentu harus peristiwa yang berkaitan yang muaranya tetap pada peristiwa utama. Oleh karena itu, jurnalisme sastra dimungkinkan dibuat bersambung, seperti cerbung (cerita

bersambung) atau cerita berseri. Hal itu dilakukan karena wartawan menemukan peristiwa yang banyak.

Keenam, wartawan harus menyajikan tulisan yang akrab, informal, dan logis. Jurnalisme sastra adalah laporan sederhana, sehingga harus menggunakan bahasa yang sederhana. Dalam konteks ini, yang dimaksud bahasa sederhana adalah bahasa yang biasa digunakan oleh pembaca dalam kehidupan sehari-hari, tidak terjebak pada bahasa yang terlalu “tinggi” atau bahasa yang terlalu ilmiah, sehingga gampang dipahami oleh pembaca. Bahasa sederhana pun dapat melahirkan suasana yang informal, sehingga tidak kaku, tetapi dinamis, taktis, dan mengandung nilai estetis yang tinggi. Pembaca tidak hanya dipahamkan, tetapi juga dibawa pada nilai rasa dan penghayatan emosi yang mendalam, sehingga aspek hiburannya ada. Namun juga, wartawan tetap harus menjaga tingkat kelogisan, kendati tipis karena berbaur dengan gaya bahasa sastra. Kelogis tetap harus tergambar karena yang disajikan kepada pembaca adalah fakta.

Ketujuh, wartawan harus melibatkan pembaca seolah berperan serta dalam peristiwa. Pembaca tidak diposisikan statis, hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga harus disetting ikut serta. Dalam hal inilah, wartawan harus cermat mencari aspek kesamaan dari suatu peristiwa dengan aspek lingkungan yang ada di sekitar pembaca. Bahwa peristiwa itu, misalnya, tidak hanya akan terjadi di tempat lain, tapi sangat memungkinkan terjadi juga di lingkungan pembaca, sehingga pembaca pun dituntut waspada dan ikut memikirkan solusi bagaimana jika terjadi di lingkungan mereka.

Kedelapan, wartawan harus pandai menggabungkan narasi primer dan narasi simpangan. Yang dimaksud narasi primer adalah kisah utama, sedangkan narasi simpangan adalah kisah pendukung yang akan melengkapi laporan. Kedua peristiwa itu harus diramu dalam sajian yang saling melengkapi, sehingga informasi yang disajikan lengkap.

Kesembilan, wartawan harus mewaspada dominasi opini. Jurnalisme sastra adalah varian dari karya jurnalistik, sehingga lebih banyak masuk pada wilayah berita yang landasannya fakta. Oleh karena itu, kata-kata yang menunjukkan opini dari wartawan sebisa mungkin dihindari. Seandainya wartawan pun akan menitipkan pesan bagi pembaca, biasanya di akhir tulisan, gunakanlah narasumber sebagai corong.

Wolfe (dalam Harsono dkk, 2005) menguraikan empat prinsip standar dalam Jurnalisme Sastra. Pertama Adegan ; menyajikan *scene* peristiwa-demi-peristiwa-berita dalam urutan yang membuat pembaca seakan berada di lokasi ketika kejadian berlangsung. Kedua Dialog ;

materi pengisahan bisa diurutkan melalui percakapan yang direkam, meskipun sebagian mungkin tidak didapat dari sumber aslinya. Melalui percakapan pula, disiratkan karakter para pelaku yang terlibat, sekaligus diterangkan mengapa suatu peristiwa terjadi. Selanjutnya, penafsiran dan kesimpulan ia serahkan kepada pembaca yang telah menyimak dialog tokoh-tokoh berita tersebut.

Selanjutnya, ketiga perspektif orang ketiga; dengan alat ini, jurnalis tidak hanya menjadi si pelapor, ia bahkan kerap menjadi tokoh berita. Ia bisa menjadi orang di sekitar tokoh, karena ia harus berperan menjadi pelapor yang tahu jalannya peristiwa. Keempat Penempatan detail; semua hal dicatat secara terperinci, yaitu perilaku, adat istiadat, kebiasaan, gaya hidup, pakaian, perjalanan wisata, hubungan dengan teman sebaya, atasan, bawahan, dan pandangan-pandangan lain yang bersifat sekilas seperti pose, gaya jalan, dan berbagai simbol lain. Hal ini merepresentasikan dasar pikiran dan perilaku, ekspresi, sampai harapan manusia dalam interaksinya dengan lingkungan sosialnya. Dengan kata lain, alat ini memberi pembaca suatu deskripsi sosial, memotret latar belakang kehidupan seseorang, mencatat lambang-lambang sosial.

Seiring perkembangan zaman, prinsip jurnalisme sastra juga mengalami perkembangan. Hal ini dirangkum oleh Farid Gaban (dalam Santana, 2008), berdasarkan referensi mutakhir mengenai perkembangan Jurnalisme Sastra di dunia, yakni:

Pertama Akurasi; Jurnalisme Sastra memperkuat kekuatan fakta dalam penulisan nonfiksi dan tak mau disalahartikan sebagai fiksi dengan menulis ulang peristiwa, suasana, dan dialog secara akurat, melalui riset dan wawancara. Penulis tak bisa merekayasa dialog atau kutipan, tidak boleh menciptakan tokoh rekaan.

Kedua Keterlibatan; keterlibatan (*immersion*) memandu reporter untuk menyajikan detail yang merupakan kunci untuk menggugah emosi pembaca. Penulis yang mampu 'menceburkan diri' ke dalam subyek berita, menggalinya, dan melaporkan kehidupan nyata secara spesifik, memberi kesan lebih kredibel dan otoritatif.

Ketiga Struktur; menggunakan teknik seperti yang dikenal dalam penulisan fiksi: suspens, kilas balik, bahkan pengutaraan orang pertama (aku) yang sangat dihindari penulis jurnalisme lama. Intinya adalah menggelar suasana, merancang irama dan memberikan *impact* yang kuat kepada pembaca.

Keempat Suara; artinya posisi penulis sebagai orang pertama (aku) sebagai pengamat yang berjarak atau melebur dan tak berjarak dengan subyek laporannya. Seperti melaporkan peristiwa sekaligus memberikan komentar kepada pembaca.

Kelima Tanggung Jawab; nilai pertanggung jawaban reporter lebih ditampakkan. Misalnya, pandangan tegas bahwa fiksi hanyalah sebuah gaya dan bahwa jurnalisme sastra lebih memaparkan fakta. Artinya, reporter bertanggung jawab atas setiap fakta yang ia tulis dalam Jurnalisme Sastra.

Keenam Simbolisme; tiap paparan fakta, meskipun terlihat remeh atau hanya menyangkut soal-soal kecil, sebenarnya mengandung gagasan yang sengaja disusun sedemikian rupa karena terkait dengan hal-hal yang lebih luas dan pemaknaan yang dalam.

Dengan adanya kesemua elemen di atas, Setiati (2005) mengungkapkan, bentuk penulisan Jurnalisme Sastra membuat laporan berita tidak lagi sekedar pengungkapan fakta, tetapi berusaha mengungkapkan 'mengapa dan bagaimana' suatu peristiwa terjadi. Jurnalisme Sastra sebagai perpaduan antara bentuk penulisan Jurnalisme dengan Sastra yang dapat dikenali bentuknya lewat unsur intrinsik dimana digunakan setidaknya 10 prinsip penulisan Jurnalisme Sastra. Jurnalisme Sastra juga merupakan suatu proses, pengelolaan, dan cara penyampaian laporan (berita) sebagai hasil kerja seni kreatif wartawan. Karenanya meliputi aspek mulai dari tahap peliputan, pengumpulan bahan berita, dan penulisan berita sebagai praktik Jurnalisme Sastra yang memakan waktu lebih lama dan perencanaan tertentu, dan teknik penulisan yang berbeda dari praktik jurnalisme konvensional.

C. Feature

Varian lainnya sebagai gaya baru *news journalism* selain jurnalisme sastra adalah feature (baca: ficer). Sebagian ahli berpendapat bahwa antara jurnalisme sastra dengan feature sama, tetapi sebagian lain berpendapat berbeda. Namun, secara substansial di antara kedua tulisan ini banyak persamaannya, tetapi ada juga perbedaannya. Oleh karena itu, dalam buku ini, feature dijadikan salah satu subbab agar pembaca dapat membandingkan kedua bentuk tulisan ini. Apalagi dalam dunia jurnalistik di Indonesia lebih dikenal dan familiar feature ketimbang jurnalisme sastra. Hal itu dibuktikan bahwa buku-buku yang mengupas feature lebih banyak; Jenis tulisan ini pun acapkali dijadikan materi kuliah khusus; Bahkan di media massa, terutama media cetak sering kali diberikan kolom khusus yang langsung ber-rubrik **feature**.

Menurut Romli (2003:57) feature secara harfiah artinya segi, keistimewaan, menampilkan, atau menonjolkan. Feature adalah jenis tulisan di media massa, selain berita dan opini, yang memfokuskan pada segi (angle) tertentu sebuah peristiwa dan menonjolkannya. Karena itu, feature disebut pula "karangan khas".

“Kita punya kisah atas fakta-fakta telanjang dan itu kita sebutkan sebagai berita,” kata William L. Rivers. “Di samping berita, kita jumpai lagi tajuk rencana, kolom, dan tinjauan, yang kita sebutkan dalam artikel atau *opinion pieces*. Sisanya yang terdapat dalam lembaran surat kabar itulah yang disebut feature.”

Mencermati pendapat tersebut menunjukkan bahwa feature dominan dalam media cetak, terutama surat kabar. Bahkan, Rivers berani mengatakan bahwa selain opini dan berita, bentuk tulisan yang ada di media cetak adalah feature. Pendapat tersebut dapat dimaknai bahwa keberadaan feature di media cetak dominan, sedangkan jurnalisme sastra nyaris tidak ada atau langka. Makna lain dari pendapat tersebut, bisa saja diasumsikan bahwa karena memiliki kemiripan, maka tulisan dalam bentuk jurnalisme sastra seringkali dikategori feature. Hal itu dilakukan bisa untuk memudahkan penyebutan atau memang secara teoretis jurnalisme sastra bagian dari feature.

Sifat tulisan feature lebih “menghibur” dan “menjelaskan masalah” daripada “menginformasikan” karena feature tulisan yang menuliskan peristiwa disertai penjelasan riwayat terjadinya, duduk perkaranya, proses pembentukannya, dan cara kerjanya. Ia lebih banyak mengungkap unsur *how* dan *why* sebuah peristiwa, sehingga mampu menyentuh ketertarikan manusiawi (*human interest*) atau menggugah perasaan (*human touch*).

Feature dapat berisi hal-hal yang mungkin diabaikan oleh *news* dan *relatif* tidak akan pernah basi. Karena itu, penulis feature harus memiliki ketajaman dalam melihat, memandang, dan menghayati suatu peristiwa. Ia harus pula mampu menonjolkan yang belum terungkap seutuhnya.

Dalam konteks tersebutlah terdapat perbedaan yang signifikan di antara jurnalisme sastra dengan feature. Kendati keduanya ditulis untuk menghibur dan sebagai alternatif laporan jurnalistik wartawan selain berita, tetapi masing-masing memiliki kekuatan yang berbeda. Keduanya menyajikan fakta, tetapi jurnalisme sastra mengungkapkan semua informasi unsur 5W+1H dalam perspektif penyajian karya sastra, seperti cerpen atau novel, sehingga *Who* berkembang menjadi karakter, *What* menjadi alur, *Where* menjadi latar (*setting*), *When* menjadi kronologi pengadegan, *Why* menjadi motif, dan *How* menjadi narasi. Sementara itu, feature fokus pada jawaban *why* dan *how*. Pertanyaan yang memerlukan jawaban yang runtut, rinci, dan bisa jadi panjang, sehingga penuh deskriptif, ekspositif, dan naratif.

Dalam konteks historis, kelahiran feature pun sama dengan kelahiran jurnalisme sastra, yakni berangkat dari kejemuan para

wartawan atas tulisan berita yang pasca munculnya televisi dan radio menjadi “cepat basi”. Surat kabar harian memiliki waktu lebih kurang 24 jam untuk menunjukkan tingkat aktualitas informasi, tetapi televisi dan radio bisa per detik, bahkan dapat menyiarkan langsung dari TKP (tempat kejadian perkara). Oleh karena itu, jika surat kabar menyajikan berita yang sama dengan televisi dan radio, maka pembaca akan memperlakukannya dengan sebelah mata.

Selain secara substansial, seperti diungkapkan Wolfe seorang ilmuwan yang menjadi inspirator dalam *new journalism*, ia mengakui prustasi dengan gaya penulisan lama karena tidak dapat mengakomodasi kemampuannya untuk mempertunjukkan kembali atmosfer fakta lingkungan. Jawaban untuk keprustasiannya itu lahirlah *feature*.

Kisah yang diangkat dalam *feature*, menurut Santana (2008), bersifat kemanusiaan, panjang, cukup lengkap, dan kerap menyembunyikan pengalaman sentimental orang-orang biasa yang terlibat dalam suatu tragedi atau peristiwa luar biasa. Dengan tema *human interest* yang diangkat, para penulis *feature* dapat memperlihatkan kemampuan mengolah berita dan mendramatisasi kisah-kisah kemanusiaan dengan kata-katanya. Isi tulisan mengeksplorasi minat pembaca pada manusia lain dan mengingatkannya untuk berbagi pengalaman kemanusiaan. Dalam *feature*, Aktualitas “waktu” bukan sebuah elemen utama yang biasa diberlakukan pada setiap penulis *hard news*. Ketekunan memungut hal-hal spesifik ketika berada di lokasi observasi juga menjadi aspek penting dalam membuat suatu *feature*.

Feature adalah kategori lain penulis koran yang tadinya mengedepankan model pemberitaan *hard news*. Ia ditempatkan di bagian berita ringan dan dimasukkan dalam daftar *item* berita yang tidak diburu-buru. Berita yang diangkat bertema kemanusiaan, panjang, cukup lengkap, dan kerap menyembunyikan pengalaman sentimental orang-orang biasa yang terlibat dalam suatu tragedi atau peristiwa luar biasa. Dalam agenda reportase itulah, dalam banyak kasus, ia memberi seseorang keleluasaan ruang untuk menulis.

Penulisan *feature* menjalin banyak kejadian dan komentar tokoh-tokoh menjadi sebuah cerita. Umumnya tulisan diawali dengan pembuka kisah tidak langsung, diikuti sebuah insiden atau anekdot yang mewakili tema pokok. Tubuh tulisan berisi insiden-insiden lanjutan, sejumlah kutipan dan pokok berita. Bagian penutup meringkas kembali seluruh materi atau memasukkan klimaks.

Oleh karena itu, Romli ((2003:57) menegaskan, untuk menyiapkan sebuah *feature* dibutuhkan ketekunan dalam mencari bahan yang berbobot dan mendetail. Bahan-bahan itu meliputi babak-babak dalam

peristiwa, dialog-dialog yang mantap dan memang diperlukan, kebiasaan yang terinci serta emosi yang menghidupkan. Dalam konteks inilah, Romli menyamakan *feature* dengan jurnalistik sastra. Menurutnya, *feature* merupakan karya jurnalistik aliran “Jurnalisme Baru” (*New Journalism*) atau “Jurnalistik Sastra” (*Literacy Journalism*), yaitu teknik penulisan jurnalistik bergaya sastra; menampilkan fakta secara mendalam dengan menampilkan teknik fiksi atau menggabungkan keterampilan laporan interpretatif dengan teknik penulisan karya fiksi. Jurnalisme baru diperkenalkan oleh pengarang atau sastrawan yang bekerja sebagai wartawan.

Memang tidak dapat disangkal, keberadaan tulisan yang berbentuk *feature* ataupun jurnalisme sastra pada masa sekarang sangat diperlukan, terutama oleh media cetak. Ketika televisi dan radio merambah sajian informasi, maka surat kabar harus memiliki sajian alternatif selain berita langsung. Apalagi bagi majalah mingguan atau bulanan, *feature* dan jurnalisme sastra adalah bentuk berita alternatif untuk bersaing dengan media elektronik.

Apalagi bentuk *feature* kini makin varian. Bahkan banyak juga *feature* yang dapat memberikan pendidikan alih-alih pengetahuan kepada publik, seperti hasil riset dan penyelidikan (*investigative reporting*). Apalagi dengan munculnya jenis tulisan *interpretative reporting*, opini sangat dibolehkan, bahkan merupakan keharusan jika datangnya dari pihak-pihak atau narasumber yang kompeten sesuai dengan substansi informasi, misalnya dari para pakar. Kepakaran atau orang yang dapat dianggap pakar sehingga “berwenang” untuk memberikan opini dalam sebuah peristiwa, dalam perpektif media massa setidaknya ada tiga pihak.

Pertama seorang ilmuwan. Seseorang yang pendidikannya sudah mencapai tingkat puncak, misalnya, professor atau doktor (S-3), maka ia dapat dianggap pakar sesuai dengan bidang ilmunya. Oleh karena itu, jika ada peristiwa atau persoalan yang terkait dengan latar belakang disiplin ilmunya, ia layak diberikan kesempatan untuk menyampaikan opininya. Secara yuridis pun pendapat orang yang memiliki kepakaran di bidang kajian ilmu tertentu diakui, misalnya, mereka seringkali dijadikan saksi ahli dalam persidangan di pengadilan, sehingga pendapatnya dapat meringankan atau memberatkan hukuman bagi tersangka. Bahkan, banyak juga kasus seorang tersangka tertentu dibebaskan oleh hakim karena keterangan saksi ahli. Apalagi pada masa kini, terutama televisi seringkali menghadirkan pakar untuk mengupas sebuah persoalan yang berkembang, misalnya dalam talkshow atau kegiatan diskusi lainnya

yang disiarkan langsung. Sajian program siaran tersebut pun cukup mendapatkan tempat di hati pemirsa.

Kedua seorang pejabat. Seseorang yang memegang jabatan tertentu memiliki legalitas formal untuk memberikan opini terhadap sebuah peristiwa atau persoalan tertentu yang sesuai dengan jabatannya. Seorang Gubernur dapat dianggap pakar bagi pembangunan wilayahnya, juga pejabat-pejabat lainnya dapat dianggap pakar sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Oleh karena itu, opini mereka acapkali dimuat oleh media massa sebagai sajian penguat sebuah peristiwa.

Ketiga seorang yang berpengalaman. Yang dimaksud orang yang berpengalaman adalah orang yang pernah merasakan jadi pejabat atau bekerja di bidang tertentu, maka ia dapat diminta pendapatnya terkait dengan peristiwa yang terjadi yang sesuai dengan pengalamannya tersebut. Pendapat mereka dapat dijadikan rujukan, sehingga mereka pun dapat dikategorikan pakar.

Dengan makin variannya jenis feature, maka makin banyak kesempatan bagi para wartawan untuk menuliskannya. Berikut sejumlah jenis feature yang disampaikan oleh banyak orang yang konsen di bidang jurnalistik dan sering dijadikan rujukan oleh para wartawan.

Pertama *Bright*, yaitu tulisan pendek dengan *human interest* menonjol dari suatu kejadian atau masalah, biasanya menggelitik atau mengandung unsur humor. Kedua Feature Berita (*News Feature*), yaitu feature tentang peristiwa aktual. Biasanya pengembangan dari sebuah *straight news*, dengan membuka informasi latar belakang (*background information*) masalahnya, agar pembaca mendapatkan pemahaman lebih jelas tentang unsur *how* dan *why* atau duduk perkara sebuah peristiwa. Ketiga Feature Artikel (*Article Feature*), yaitu feature yang berisi tentang pemikiran, gagasan, atau ilmu pengetahuan yang dikemas secara ringan dan menghibur.

Kemudian keempat Feature Biografi (*Profile*), yaitu feature tentang pribadi menarik, sosok ternama, atau *public figure*. Misalnya riwayat hidup pendek seorang tokoh yang meninggal, tentang seorang yang berprestasi, atau seseorang yang memiliki keunikan sehingga bernilai berita tinggi. Bisa juga tentang penampilan unik seorang tokoh di sebuah acara atau peristiwa. Kelima Feature Human Interest, yaitu feature yang langsung menyentuh atau membangkitkan keharuan, kegembiraan, kejengkelan atau kebencian, simpati, dan sebagainya. Keenam Feature Pengalaman Pribadi, yakni cerita yang isinya pengalaman penulisannya yang unik, bernilai jurnalistik atau lucu.

Lalu ketujuh Feature Perjalanan atau Petualangan, yakni feature beberapa catatan perjalanan, laporan peristiwa kunjungan, atau

petualangan ke sebuah tempat. Dalam feature jenis ini, biasanya unsur subjektivitas menonjol, karena biasanya penulisnya yang terlibat langsung dalam peristiwa menggunakan “aku”, “saya” atau “kami”. Kedelapan Feature Sejarah (*Historical Feature*), yaitu feature berupa masa lalu, misalnya peristiwa proklamasi kemerdekaan, seruan jihad Bung Tomo di Surabaya, peristiwa keagamaan, dsb. Dengan memunculkan “tafsir baru” sehingga tetap terasa aktual untuk masa kini. Kesembilan Feature Promosi, yaitu feature yang memperkenalkan atau mengekspos suatu produk atau ide baru. Kesepuluh Feature Petunjuk Praktis (*Practical Guidance Feature*) yang disebut pula Tips, yaitu feature yang mengajarkan keahlian atau teknik membuat sesuatu (*how to do it*).

Berikut Contoh Feature *Bright* yang bersifat *human interest* karena menonjolkan kejadian atau masalah halal bil halal panca Hari Raya Idul Fitri:

Silaturahmi dan Halal bil Halal

Oleh : Mahi M. Hikmat

Masyarakat Muslim Indonesia memang unik dan menarik. Banyak ritual keagamaan beriring dengan lahirnya tradisi-tradisi yang kreatif. Hari Raya Idulfitri saja, sejak pelaksanaan Ibadah Puasa kaya dengan tradisi yang unik: buka bersama, safari tarawih, shaur bareng, beduk keliling, kirim tumis dan parsel, belah ketupat, opor ayam, mudik lebaran, dan lain-lain.

Kendati kebanyakan tradisi tersebut tidak tersurat langsung dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist, tetapi tidak terlepas dari siratan makna yang memiliki nilai-nilai Islami yang dalam. Oleh karena itu, wajar saja jika tradisi itu terus mengalir menjadi warna-warni Ibadah Puasa dan Perayaan Idulfitri Masyarakat Muslim Indonesia. Realitas itu pula yang sering dirindukan umat Islam di Indonesia untuk kembali ke bulan yang penuh magfiroh itu.

Puasa memang sudah usai, Hari Raya Idul Fitri pun selesai, tetapi tradisi itu masih terus menjadi bumbu nikmatnya menjadi Muslim di Indonesia. Pasca-Idulfitri, Muslim Indonesia masih akan menghadapi tradisi menarik lain, misalnya, Halal bil Halal.

Di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist memang tidak disebutkan ada Halal bil Halal sesudah melaksanakan ibadah Puasa dan Perayaan Idulfitri. Namun, dalam Masyarakat Muslim Indonesia, pasca-Idulfitri kental sekali dengan “ritual” siliturahmi sebagai sarana komunikasi di antara sesama Muslim untuk saling memaafkan dari dosa besar atau pun kecil; dosa yang terasa dan tidak terasa. Atas landasan inilah, Halal bil Halal lahir.

Halal bil Halal adalah suatu kegiatan yang bertujuan mengumpulkan orang untuk saling bertemu, bersilaturahmi, dan saling memaafkan di antara Muslim. Dalam tataran logika, kegiatan *Halal bil Halal* diadakan atas pertimbangan jumlah umat Islam yang banyak dan jarak tempat tinggal yang berjauhan, sehingga kalau harus berkunjung ke setiap rumah perlu waktu yang cukup panjang, maka dikumpulkanlah Muslim pada acara *Halal bil Halal*.

Umat Islam setelah berpuasa mendapatkan kemenangan berupa taubat yang diterima dan pahala yang banyak. Umat Islam telah mengabdikan sebulan lamanya langsung kepada Allah SWT. Namun, Umat Islam pun diajarkan untuk menjalin silaturahmi dengan sesama manusia. Dalam konteks itulah, *Halal bil Halal* diadakan.

Kendati realitasnya masih ada saja pihak-pihak yang mempertanyakan makna dan manfaat *Halal bil Halal* bagi kehidupan umat, bukan merupakan persoalan rumit. Apalagi jika pertanyaan itu dibayangi dengan perspektif negatif, misalnya, *Halal bil Halal* dianggap hanya dijadikan sarana foya-foya para pejabat atau lobi-lobi kolusi. Walaupun mungkin saja perspektif itu ada benarnya, tetapi diasumsikan, perspektif itu lahir dari pemikiran yang berbumbu stereotif. Manusia memang sering terjebak pada pemikiran stereotif. Mungkin jika ada pejabat atau siapa saja yang menjadikan *Halal bil Halal* sebagai sarana foya-foya atau lobi-lobi kolusi, bukan berarti keseluruhan kegiatan *Halal bil Halal* seperti itu. Yang terpenting, mari bersama-sama luruskan niat, makna dan manfaat *Halal bil Halal* adalah untuk memupuk tali silaturahmi. Sebesar apapun pengorbanan yang dikeluarkan, tidak ada artinya jika dibandingkan dari manfaat silaturahmi. Dalam Sabdanya, Rasulullah dengan tegas menyebutkan bahwa silaturahmi itu dapat memperpanjang usia.

Berkait dengan itu, sejumlah ilmuwan pun sudah membuktikan bahwa silaturahmi (komunikasi) berkait erat dengan kesehatan fisik. Stewart menunjukkan orang yang terkucil secara sosial cenderung lebih cepat mati. Kemampuan berkomunikasi (bersilaturahmi) yang buruk mempunyai andil dalam penyakit jantung koroner, dan kemungkinan terjadinya kematian naik pada orang yang ditinggalkan mati oleh pasangan hidupnya (Tubbs dan Moss, 1994).

Banyak bukti mengenai hubungan positif komunikasi yang harmonis dan usia panjang. Raja Frederick II, penguasa Sicilia Abad ke-13, membuat percobaan dengan memasukan sejumlah bayi ke laboratorium. Anak-anak itu dimandikan dan disusui oleh ibu-ibu, tetapi tidak diajak bicara. Akibatnya, semua bayi dalam percobaan itu mati.

Hasil penelitian Michael Babyak dari Universitas Duke dan beberapa rekannya dari AS dengan melibatkan 750 orang kulit putih sebagai sampel dan memakan waktu 22 tahun, ditemukan bahwa orang-orang yang berkomunikasi tidak efektif (tidak suka berteman, memusuhi, mendominasi pembicaraan)

berpeluang 60% lebih tinggi menemui kematian pada usia dini dibandingkan orang-orang yang berperilaku sebaliknya; ramah, suka berteman, dan berbicara tenang.

Realitas itu, bagi umat Islam sudah merupakan keyakinan dan kewajiban yang harus dilaksanakan karena tidak hanya Sabda Rasulullah, sejumlah ayat dalam Al-Quran pun dengan tegas menyuratkan pentingnya memupuk tali silaturahmi. Allah Swt sangat tidak menyukai umat manusia yang bercerai berai dan memerintahkan untuk tetap menjalin kesatuan yang harmonis melalui silaturahmi (Ali-Imran:101-103).

Dalam konteks ini, yang harus menjadi catatan besar dalam pelaksanaan Halal bil Halal adalah menjauhkan diri dari sikap "etnosentrisme". Halal bil Halal tidak hanya diperuntukan kelompok-kelompok eksklusif, misalnya, kelompok pejabat, kelompok pengusaha, atau kelompok-kelompok lainnya yang memupuk silaturahmi di antara mereka saja, tetapi memutuskan silaturahmi dengan kelompok lain. Karena Allah pun tidak menyukai sikap membeda-bedakan. Islam mengajarkan bahwa semua muslim saudara; semua manusia sama, lahir dari "rahim" Adam dan Hawa. Perbedaan yang selama ini ada justru sengaja diciptakan agar manusia saling mengenal; bersilaturahmi. K.H. Abdullah Gymnastiar mengibaratkan perbedaan itu musik. Musik menjadi indah dan asik karena alat dan suara yang berbeda.

Dalam perspektif komunikasi budaya, manusia yang akan berhasil mengarungi kehidupan di dunia ini adalah manusia antar-budaya. Gudykunst & Kim (1984) menyebutkan, manusia antar-budaya adalah orang yang telah mencapai tingkat tinggi dalam proses antarbudaya yang kognisi, afeksi, dan perilakunya tidak terbatas, tetapi terus berkembang melewati parameter-parameter psikologis suatu budaya. Ia memiliki kepekaan budaya yang berkait erat dengan kemampuan berempati terhadap budaya tersebut.

Manusia seperti itu, dalam istilah Adler (1982) adalah manusia multibudaya, yakni orang yang identitas dan loyalitasnya melewati batas-batas kebangsaan dan yang komitmennya bertaut dengan suatu pandangan bahwa dunia adalah suatu komunitas global; ia adalah orang yang secara intelektual dan emosional terikat pada kesatuan fundamental semua manusia yang pada saat yang sama mengakui, menerima, dan menghargai perbedaan-perbedaan mendasar antara orang-orang yang berbeda budaya.

Manusia multibudaya seperti itu sangat tepat hidup dalam karakter masyarakat Indonesia yang majemukitas, termasuk pada karakter Masyarakat Muslim Indonesia. Berbagai kreativitas yang unik dan menarik dalam mengiringi ritual Islami yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik masing-masing budaya akan terpupuk dan terus hidup jika Muslim Indonesia berkarakter multibudaya. Kegiatan-kegiatan yang bernuansa dan bermakna silaturahmi, seperti Halal bil Halal, akan menjadi agenda unggulan.

*Perbedaan raka'at Shalat Tarawih tidak akan lagi menjadi perbincangan sengit. Perbedaan penentuan Hari Raya Idulfitri tidak lagi menjadi bahan "percekocokan". Semua berjalan dengan indah berbumbu bunga silaturahmi tanpa pamrih, tanpa membedakan antara si kaya-si miskin, atasan-bawahan, golongan x golongan y, semua terikat dalam satu din: agama Allah. ****

Sebagai bentuk tulisan yang kreatif, feature pun memiliki karakteristik, di antaranya: Faktual : Feature adalah tulisan jurnalistik, sehingga harus berdasarkan fakta, bukan fiksi; Menerangkan masalah, bukan melaporkan dengan segera: Tulisan feature tidak harus menggunakan struktur piramida terbalik layaknya berita, tetapi menggunakan struktur piramida normal dan kronologis; Tahan waktu, tidak basi karena mengungkapkan "berita di balik berita" atau menonjolkan suatu hal yang belum terungkap seutuhnya dalam tulisan sebuah berita; Tulisan feature memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi-menghibur, memunculkan empati dan keharuan; Feature ditulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Penulisan feature pada dasarnya bercerita atau bertutur secara tulisan; Menggunakan *lead atraktif*, sehingga menarik perhatian dengan gaya penulisan cerita fiksi.

Contoh feature faktual :

Penyimbolan Pakaian Sunda

Oleh : Mahi M. Hikmat

Salah satu "program," unggulan yang fenomenal dari Walikota Bandung: Ridwan Kamil dalam Singgasana Wastukencana adalah menghidupkan kembali Ki Sunda di antara kian centang perenangnya Budaya Sunda. Hal itu sevisi dengan perjuangan sejumlah tokoh Sunda yang selalu konsisten meneriakkan lugai-lah Ki Sunda; der geura tarung makalangan, dan banyak lagi jargon-jargon lainnya untuk membakar semangat Ki Sunda.

Kendati terkesan pragmatis, seolah berorientasi pada pencapaian kekuasaan. Namun, inilah realitas kekinian, menggantungkan asa dan mengibarkan visi tidak cukup hanya berbekal semangat. Menjadi penguasa lebih memiliki aksebilitas untuk mengubah "apapun", terlebih menularkan visi memupuk kembali semangat budaya yang nyaris punah. Jika Budaya Sunda ingin tetap hidup, Ki Sunda harus tetap manggung; makalangan minimal di lembur sorangan.

Kendati tidak semua Ki Sunda berani meneriakkannya dengan lantang karena Tatar Sunda merupakan bagian dari pluralitas Indonesia, sehingga ketika bicara Ki Sunda sempat muncul pertanyaan tajam: Ki Sunda yang mana? Apalagi dalam kehidupan politik, Ki Sunda sudah terpolarisasi dalam penggalan-penggalan kepartaian yang notabene sentralistik. Nyatanya wajar jika hanya beberapa gelintir pemimpin Sunda yang berani tampil dengan visi, misi, dan program kesundaan.

Oleh karena itu, ketika Walikota Bandung pun punya “program” yang pro-kesundaan bukan hal yang baru dan bukan yang pertama karena telah muncul juga sejumlah pemimpin Sunda yang sudah terlebih dahulu berani mengibarkan martabat kesundaan kendati baru menyentuh wilayah Sunda Simbolik. Sebut saja misalnya ketak berlian Bupati Purwakarta yang teuneung ludeung mengibarkan Ki Sunda dalam berbagai lini kehidupan masyarakat Purwakarta.

Salah satu budaya Sunda yang sangat menonjol yang dipertontonkan Pemerintah Kabupaten Purwakarta yang juga mulai ditebarkan Walikota Bandung adalah penggunaan jenis pesan nonverbal faktor artifaktual: pakaian. Pakaian Sunda, berupa baju pangsi/kampret dan iket barangbang semplak sudah menjadi salah satu pakaian wajib bagi para pejabat. Hal sama pun mulai ditebarkan di Kota Bandung dan Pemerintah Daerah lainnya, seperti Pemerintah Kota Cirebon yang mewajibkan pegawainya berpakaian batik dengan kepala beriket. Bahkan, sejumlah sekolah di Kota Bandung sudah mulai mewajibkan anak didiknya untuk menggunakan baju kampret dan iket barangbang semplak bagi siswa laki-laki dan kain serta kebaya bagi siswa perempuan.

Sekilas pakaian adalah hal yang remeh temeh; menyangkut kehidupan keseharian seseorang saja. Namun, banyak fakta yang menjadi bukti bahwa pakaian pun mencatat perubahan sosial dan politik dalam sejarah peradaban suatu bangsa; pakaian dapat menjadi simbol perlawanan, termasuk hal-hal yang ideologis dan fundamentalis. Bahkan, sejarah pakaian Indonesia sama kompleksnya dengan sejarah kebangsaan Indonesia. Hal itu, misalnya, tergambar jelas dalam buku Kees van Dijk yang berjudul *Sarong, Jubba, Trouser; Jean Gelman Taylor, dan Costume and Gender in Colonial Java (1800-1940)* dan karya Rudolf Mrazek dalam *Indonesian Dandy pada Outward Appearances, Dressing State & Society in Indonesia (1997)*.

Dalam konteks ke-Indonesia-an banyak sekali yang dapat dijadikan contoh betapa bermaknanya pakaian. Sarung saja yang dalam realitas sederhana hanya terbuat dari lembaran kain lebar yang disambungkan, ternyata memiliki makna ideologis bagi masyarakat muslim Indonesia. Tradisi menggunakan sarung dan kopiah atau peci di Tanah Air tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Pria muslim di Indonesia biasa menggunakan sarung dan kopiah atau peci untuk keperluan ibadah, upacara perkawinan atau acara adat lainnya.

Begitu juga jilbab dan baju gamis yang juga merupakan identitas bagi perempuan muslim di Indonesia. Bahkan, pakaian ini tidak hanya dapat dipakai untuk kesempatan-kesempatan formal keagamaan, tetapi kegiatan-kegiatan sosial, bahkan bekerja, sekolah, dan kuliah. Pakaian tersebut tidak hanya berperan sebagai penutup aurat, tetapi sudah bergeser menjadi multifungsi. Jilbab dan baju gamis tidak sekedar mencitrakan religius, tetapi telah menjadi gaya hidup modern sebagaimana menjadi pakaian para artis ternama.

Pakaian adalah kode-kode yang bermakna; pakaian tidak hanya menunjukkan kelas sosial-ekonomi seseorang, tetapi juga dapat menggambarkan sikap politik. Dengan pakaian tertentu, seseorang dapat dianggap berpihak atau tidak berpihak pada partai politik tertentu.

Namun, dapatkah simbol-simbol pakaian sebagaimana kampret dan iket barangbang semplak tidak hanya menunjukkan simbol kesundaan, tetapi juga dapat menghidupkan kembali karakter substantif Ki Sunda yang *teuneung ludeung leber ku wawanen; henteu kumeok memeh dipacok*. Sebagaimana kajian Gunawan Undang (2001) yang mencitrakan Ki Sunda tengah *nyangkere sare simpe dipepende ku nelengnegkung*, sehingga harus membangkitkannya kembali melalui penguatan Sunda Simbolik menjadi Sunda Substantif.

Pewajiban penggunaan pakain kampret dan iket barangbangsemplak sebagaimana yang ditebarkan oleh sejumlah pemimpin Ki Sunda sejatinya juga diimbangi dengan penanaman nilai-nilai positif kesundaan. Bahkan, kewajiban pakaian tersebut pun harus diwaspadai karena secara historis di Tatar Sunda pernah tercatat bahwa pakaian juga dapat menjadi jurang pemisah di antara penguasa dan rakyatnya.

Sebagaimana catatan Nina Lubis (1998) yang menggambarkan bahwa pakaian kesundaan juga merupakan simbol status dalam stratifikasi sosial masyarakat Sunda, sehingga lahirlah kelas menak dan cacah kuricakan. Lapisan menak merupakan lapisan bangsawan, dan lapisan cacah merupakan lapisan rakyat jelata. Bahkan, untuk memperjelas garis pemisah antara penguasa dan rakyatnya yang belakangan ini disadari sebagai salah satu politik adu domba Pemerintah Hindia Belanda pada jaman itu.

Nilai-nilai menak dan cacah di era kekinian tidak aktual lagi untuk dikembangkan. Konsepsi egaliter, kesetaraan, sederajatan di antara semua orang Sunda; seluruh Bangsa Indonesia adalah semangat bersama dalam wadah Indonesia yang sudah komitmen menjadi negara demokrasi. Nilai-nilai positif kesundaan harus dipertahankan; Ki Sunda harus tetap hidup ngapak segala jaman, tetapi bukan untuk mengekalkan karakter menak yang ingin tetap menjaga status quo, padahal bukan jamannya lagi. ***

BAB X

OPINI DI MEDIA MASSA

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang isi media massa dan perbedaan-perbedaan di antara media massa tersebut, termasuk juga ciri khas atau karakteristik yang terkait dengan jenis-jenis opini yang ada pada media massa.

B. Opini

Secara umum, isi media massa dapat dikategorikan dalam tiga jenis, yakni *news* (berita), *views* (opini), dan *advertising* (iklan). Dari ketiga jenis isi media massa tersebut yang paling memungkinkan didominasi oleh tingkat subyektivitas yang tinggi adalah opini karena opini adalah pendapat. Sebagaimana amanah Pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945 bahwa kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan Undang-undang. Hal itu mengandung arti bahwa kebebasan berpendapat dalam konteks mengeluarkan pikiran lisan dan tulisan dijamin undang-undang. Yang dimaksud dijamin dalam undang-undang bahwa setiap warga negara berhak berpendapat sepanjang kebebasan berpendapat tersebut tidak melanggar undang-undang alih-alih melanggar hak warga negara lainnya.

Salah satu wadah untuk mengungkapkan pendapat bagi warga negara adalah melalui rubrik opini di media massa. Mengungkapkan pendapat di media massa adalah salah satu cara yang efektif karena daya jangkauan media massa yang luas, tersebar, dan memungkinkan dibaca, didengar, ditonton oleh khalayak yang beragam, baik beragam latar belakang pendidikan, budaya, maupun pemahaman terhadap sebuah persoalan.

Namun, penyajian opini di media massa harus ekstra hati-hati. Berbagai aturan dan kode etik tentang pengungkapan opini di media massa mengajarkan, isi media massa harus memiliki garis batas pembeda antara bentuk opini, dengan berita atau iklan. Ketika opini, berita, dan iklan disajikan dalam media massa, media massa harus memberikan batas yang jelas dan dapat dipahami oleh khalayak perbedaannya tersebut, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Secara umum, pembeda antara opini, berita, dan iklan selain dari teknik penyajiannya juga dalam substansinya. Berita harus berlandaskan fakta, sehingga dasar rumus 5W+1H merupakan ketentuan baku yang harus ditaati. Sementara itu, opini landasannya adalah pendapat,

sehingga harus berangkat dari masalah yang dihadapi khalayak dan memberikan solusi atau jawaban atas permasalahan yang dihadapi khalayak. Iklan lebih fokus pada penawaran produk atau jasa, sehingga tidak cukup hanya informasi, tetapi juga argumentasi dan persuasi yang menggiring khalayak untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkannya.

Dalam konteks inilah, berita berkontribusi pada khalayak berupa informasi, opini berupa solusi, sedangkan iklan adalah promosi. Bahkan, sejumlah aturan dengan tegas menyebutkan bahwa berita “diharamkan” untuk bercampur dengan opini dan iklan. Hal itu pulalah, di antaranya mendorong media massa menempatkan ketiga jenis isi media massa pada rubrik yang berbeda. Kendati dalam fakta penyajiannya, ada juga media massa yang “merekayasa” opini atau iklan seolah berita, seperti halnya pariwisata atau advertorial yang dibentuk seperti berita padahal isinya promosi.

C. Jenis Opini

Opini adalah salah satu konten media massa, baik di media cetak, media elektronik, maupun di media sosial. Namun, dari ketiga media massa tersebut, opini yang menonjol karena diberikan kolom khusus di media cetak. Media cetak, seperti surat kabar dan majalah biasanya memberikan rubrik tersendiri untuk penempatan opini, baik yang datang dari luar redaksi maupun dari dalam redaksi.

Pada media elektronik, terutama televisi, opini disajikan dalam program acara yang variatif, mulai dari yang bentuknya diskusi publik, talkshow, dan jenis lainnya yang nama program acaranya ditentukan oleh lembaga penyiaran masing-masing. Di Media sosial, opini biasanya berbentuk tulisan yang berisi pendapat yang ditulis oleh pihak tertentu yang identitas penulisnya jelas, bahkan seringkali dilengkapi foto penulis seperti halnya di media cetak.

Apapun bentuk sajiannya di media massa, opini termasuk, bahkan disamakan dalam kelompok *views* di media massa. Substansinya adalah pemaparan pendapat seseorang atau kelompok orang, bahkan lembaga terhadap sebuah persoalan, sehingga opini mulai dari berupa solusi terhadap persoalan publik yang muncul sampai suatu sikap yang ditunjukkan dalam menghadapi suatu persoalan. Dalam hal ini, penulis atau penyaji opini diberikan kebebasan untuk menganalisa problematika yang tengah terjadi (aktual) dengan berbagai sudut pandang.

Opini adalah tulisan atau pemaparan yang mengandung subjektivitas, bukan hanya fakta. Artikel, surat pembaca, kolom, karikatur, dan tajuk rencana merupakan jenis-jenis opini di media massa.

Artikel dan surat pembaca dalam surat kabar merupakan pendapat pembaca terhadap suatu masalah, peristiwa atau kejadian tertentu. Sementara itu, tajuk rencana (editorial) adalah opini atau pendapat redaksi media massa tersebut tentang masalah, peristiwa atau kejadian tertentu biasanya yang sedang aktual.

Sumaditirna (2005:01) menyebutkan bahwa artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan/atau kontroversial yang bertujuan untuk memberitahukan (informatif), memengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif). Disebut lepas karena siapapun boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat dan keahliannya masing-masing. Selain itu, artikel yang ditulis tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu. Ditulisnya pun boleh kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja.

Terdapat beberapa jenis artikel yaitu **artikel praktis** yang lebih banyak bersifat petunjuk praktis cara melakukan sesuatu; **artikel ringan** yang lazim ditemukan pada rubrik anak-anak, remaja, dan keluarga; **artikel halaman opini** yang lazim ditemukan pada halaman khusus opini bersama tulisan opini lain yakni tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca; **artikel analisis ahli** yang biasa ditemukan pada halaman muka, halaman-halaman berita, atau halaman rubrik-rubrik khusus tertentu.

Sementara itu, Romli (2013:79) mendefinisikan artikel (article) adalah karya jurnalistik berupa tulisan yang berisi pendapat (opini), gagasan (ide), pemikiran serta fakta. Posisinya dalam karya jurnalistik masuk dalam kategori *views* (pandangan atau opini), seperti halnya tajuk rencana, surat pembaca, kolom, analisis berita, dan karikatur.

Menurut Najib (2009), secara garis besar, anatomi (bagian sentral) opini (artikel) terdiri atas: pembukaan (pendahuluan), isi (tubuh), dan penutup (simpulan). Najib kemudian merujuk pendapat Markus G. Subiyakto dalam buku berjudul "*Kiat Menulis Artikel*" sempat menyodorkan 8 parameter yang bisa dijadikan pegangan pokok bagi para kolumnis, yakni: **Topik** tulisan Anda, apa? **Bentuk tulisan** yang Anda inginkan, macam apa? **Masalah-masalah** yang sudah diketahui pembaca, apa? Informasi baru apa yang ditulis dan bisakah dijelaskan **mengapa** itu terjadi? Pancing perhatian pembaca dengan kalimat yang **menarik**; Tulis dengan gaya yang hidup, pilih **kata-kata populer**, pilih kata kerja yang menunjukkan kesan gerak serta buat kalimat yang **efektif**; Buat alur pembicaraan/pembahasan yang **mengalir** dalam tulisan itu melalui pergantian alinea peralinea, dan pilih kata penghubung yang **menarik** antaralinea.

Najib (2009) pun menjelaskan bahwa khusus bagian akhir naskah artikel, umumnya para penulis artikel mencantumkan identitas penulis beserta gelar (*by name*) dan profesi yang tengah disandang. Dalam ilmu jurnalistik, artikel adalah salah satu bentuk tulisan non fiksi berisi fakta dan data yang disertai sedikit analisis dan opini dari penulisnya. Biasanya, artikel hanya menyangkut satu pokok permasalahan, dengan sudut pandang hanya dari satu disiplin ilmu.

Hingga saat ini masih banyak yang bingung dengan istilah artikel dan opini. Apalagi media massa juga berbeda-beda dalam menggunakan dua istilah tersebut. Ada media cetak yang secara tegas membedakan antara artikel dengan opini. Namun ada juga media cetak yang menggolongkan artikel ke dalam rubrik opini, bersama dengan surat pembaca dan tajuk rencana. Dalam pengertian sehari-hari, kerap kali artikel dianggap sama dengan opini. Bahkan ada juga yang menyamakan dengan kolom dan esai. Keempat kata tersebut kerap dipertukarkan. Penyamaan tersebut tidak sepenuhnya salah, karena memang antara artikel dan opini mempunyai beberapa kesamaan antara lain. Pertama, biasanya ditulis oleh penulis lepas, bukan wartawan. Kedua, hanya menyangkut satu pokok permasalahan dengan sudut pandang hanya dari satu disiplin ilmu. Ketiga, teknik yang digunakan umumnya deduktif – induktif atau sebaliknya. Bisa juga menggunakan metode tesis-antitesis, maupun metode 5W 1 H lainnya membuat berita. Keempat, artikel dan opini yang dimuat di surat kabar biasanya panjang tulisannya berkisar antara 4 – 6 halaman A4 spasi ganda. Kecuali artikel yang dimuat di jurnal (ilmiah), biasanya 10 – 20 halaman A4 spasi ganda (Rosyid, 2009)¹¹.

Sementara itu, Sumadiri (2005:04) memberikan identitas karakteristik yang dimiliki artikel, yakni: 1. Ditulis dengan atas nama (*by line story*), 2. Mengandung gagasan aktual dan/atau kontroversial, 3. Gagasan yang diangkat harus menyangkut kepentingan sebagian besar khalayak pembaca, 4. Ditulis secara referensial dengan visi intelektual, 5. Disajikan dalam bahasa yang hidup, segar, populer, dan komunikatif, 6. Singkat dan tuntas, 7. Orisinal.

Namun demikian ada juga perbedaan antara opini dengan artikel. Dalam opini, pendapat pribadi penulis (bukan analisis) lebih diutamakan, sehingga paparannya lebih subyektif. Sementara itu, dalam artikel, pendapat pribadi si penulis biasanya dikemukakan dalam bentuk data dan fakta tandingan yang berbeda dengan data dan fakta yang menjadi bahan tulisan. Data dan fakta merupakan materi yang paling

penting dalam sebuah artikel. Tanpa data dan fakta yang akurat, artikel akan berubah menjadi opini. Dengan adanya analisis serta data dan fakta tandingan tersebut, pembaca artikel diharapkan dapat mengambil kesimpulan sendiri. Suatu artikel terkadang juga menawarkan alternatif pemecahan masalah.

Tajuk rencana (editorial) adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, atau kontroversial yang berkembang di masyarakat. Opini yang ditulis pihak redaksi diasumsikan mewakili redaksi sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi media yang bersangkutan.

Tajuk rencana mempunyai sifat : 1. Krusial dan ditulis secara berkala, tergantung dari jenis terbitan medianya bisa harian (daily), atau mingguan (weekly), atau dua mingguan (biweekly) dan bulanan (monthly). 2. Isinya menyikapi situasi yang berkembang di masyarakat luas baik itu aspek sosial, politik, ekonomi, kebudayaan, hukum, pemerintahan, atau olah raga bahkan entertainment, tergantung jenis liputan medianya. 3. Memiliki karakter atau konsistensi yang teratur, kepada para pembacanya terkait sikap dari media massa yang menulis tajuk rencana. 4. Terkait erat dengan policy media atau kebijakan media yang bersangkutan. Karena setiap media massa mempunyai perbedaan iklim tumbuh dan berkembang dalam kepentingan yang beragam, yang menaungi media tersebut.

Karena merupakan suara lembaga maka tajuk rencana tidak ditulis dengan mencantumkan nama penulisnya, seperti halnya menulis berita atau features. Idealnya tajuk rencana adalah pekerjaan, dan hasil dari pemikiran kolektif dari segenap awak media. Jadi proses sebelum penulisan tajuk rencana, terlebih dahulu diadakan rapat redaksi yang dihadiri oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana serta segenap jajaran redaktur yang berkompeten, untuk menentukan sikap bersama terhadap suatu permasalahan krusial yang sedang berkembang di masyarakat atau dalam kebijakan pemerintahan.

Setelah tercapai pokok-pokok pikiran hasil pemikiran bersama, dituangkanlah dalam sikap yang kemudian dirangkum oleh awak redaksi yang telah ditunjuk dalam rapat. Dalam Koran harian biasanya tajuk rencana ditulis secara bergantian oleh awak redaksi yang sesuai dengan bidangnya, tetapi semangat isinya tetap mencerminkan suara bersama. Bahkan, kadang-kadang jika diperlukan reporter pun dilibatkan jika menyangkut bidang garapan mereka.

Tajuk rencana juga menunjukkan karakter dan kepribadian media massa. Tajuk rencana juga mencerminkan dari golongan pers mana media tersebut berasal. Tajuk rencana pers papan atas (*middle-high media*) atau

pers yang berkualitas misalnya memiliki ciri di antaranya : 1. Hati-hati, 2. Normatif 3. Cenderung konservatif, 4. Sedapat mungkin menghindari pendekatan kritis yang tajam, 5. Pertimbangan aspek politis lebih besar dari aspek sosiologis.

Namun tajuk rencana dari golongan pers papan tengah ke bawah (middle-low media) berlaku sebaliknya. Ciri tajuk rencana pers papan tengah adalah : 1. Lebih berani, 2. Atraktif, 3. Progresif, 4. Tidak canggung untuk memilih pendekatan kritis yang bersifat tajam dan “tembak langsung”, 5. Lebih memilih pendekatan sosiologis daripada pendekatan politis (Rosyid, 2009).

Perbedaan yang cukup tajam ini karena perusahaan pers papan atas biasanya memiliki kepentingan yang jauh lebih kompleks daripada pers papan tengah ke bawah. Kepentingan yang sifatnya jauh lebih kompleks itulah yang mendorong pers papan atas untuk lebih akomodatif dan konservatif, baik itu dalam kebijakan pemberitaan, serta pernyataan pendapat dan sikap resmi dalam tajuk rencana yang dibuatnya. Itulah konsekuensi logis pers modern sebagai industri padat modal sekaligus padat karya. Kecenderungan perbedaan yang dimiliki oleh pers baik papan atas maupun papan bawah ini juga berlaku universal hampir di semua negara, yang memiliki latar belakang ideologi serta kepentingan yang berbeda-beda.

Sementara itu, Rosihan Anwar dalam bukunya berjudul: “*Bahasa Jurnalistik*” (1984: 13) pernah memberikan patokan standar dalam menulis karya jurnalistik, yaitu harus mematuhi aturan pokok : Gunakan kalimat pendek; Gunakan bahasa yang mudah dipahami; Gunakan bahasa sederhana dan jelas pengutaraannya; Gunakan bahasa tanpa kalimat majemuk; Gunakan bahasa berkalimat aktif, bukan pasif; Gunakan bahasa kuat dan padat; Gunakan bahasa positif bukan negatif.

Ashadi Siregar dalam buku bertajuk “*Menjadi Penulis di Media Massa*” (1993: 28) mengungkapkan, untuk menilai layak tidaknya sebuah artikel dimuat; setiap redaktur koran memperhatikan faktor aktualitas. Daya tarik sebuah opini—salah satu pusatnya—terletak pada sajian informasi terbaru yang diwacanakan penulis. Semakin baru informasi (*fresh and hot information*) yang ditampilkan, umumnya jarang pula penulis yang mengupas tentang tema itu. Berdasarkan analisis jurnalistik, jenis tulisan macam itulah yang dinantikan pihak redaksi koran-koran ternama.

Namun, sering kali rubrik opini dalam banyak media massa nasional maupun lokal diisi oleh orang-orang yang telah memiliki nama atau terkenal, bisa politikus, pakar, praktisi, ataupun lainnya. Untuk pemula ketika membuat opini terdapat beberapa cara, di antaranya: 1)

Jika Anda mahasiswa yang baru saja memulai menulis, maka cobalah masukan tulisan Anda ke media kampus. Paling tidak bisa melihat dan mengukur sejauh mana kualitas tulisan untuk dibaca oleh sivitas akademika.; 2) Baik menulis di media kampus maupun media massa lokal-nasional, kenali jenis media Anda. Bagaimana kebijakan redaksi, apa orientasi politik (meskipun media massa tidak berhubungan dengan politik, tapi coba lihat pemilik media tersebut); 3) Jangan pernah berhenti untuk mencoba menulis. Ingat semakin pisau diasah akan semakin tajam, begitupula dengan menulis, dan ingat pula ide gagasan akan muncul dengan sendirinya ketika 'memaksakan diri' untuk menulis (Najib, 2009).

Oleh karena itu, Romli (2003:79) memberikan ungkapan positif terkait penulis pemula bahwa menulis itu bagaikan berenang. Betapapun seringnya seseorang mendengarkan ceramah atau membaca buku tentang renang, ia tetap tidak akan bisa berenang selama ia tidak menceburkan diri ke kolam renang. Intinya, orang hanya bisa menulis dengan baik jika ia terus berlatih menulis.

Contoh Artikel yang Dimuat di Surat Kabar Pikiran Rakyat Bandung



No.11505191

Legislatif Daerah Dalam Pilkada

Mahy M Hikmat

Doktor Komunikasi Politik Unpad,
Dosen Pascasarjana UIN Bandung,
dan Dewan Pakar ICMI Jawa Barat



SEBAGAI wakil rakyat, DPR RI memiliki akses luas untuk "intervensi" terhadap kebijakan penyelenggaraan pilkada, seperti halnya keinginan untuk merevisi UU Pilkada dan memasukkan rekomendasi pada KPU (Peraturan KPU) tentang Penyelenggaraan Pilkada. Apalagi, peraturan perundang-undangan mengamanatkan, KPU wajib berkonsultasi dengan DPR ketika akan mengeluarkan peraturan.

Namun, kasusnya akses DPR terhadap KPU tidak serta-merta menunjukkan kekuasaan akses DPR terhadap KPU di daerah. Padahal, DPRD pun diawasi wakil rakyat yang proses pemilihannya pun tidak beda dengan pemilihan anggota DPR. Realitas ketidaksetujuan kepala daerah dipilih kembali oleh DPRD, seolah semakin membenarkan DPRD untuk memiliki akses terhadap penyelenggaraan pilkada.

UU No. 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Atas UU No. 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Perpu No. 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota menjadi UU, tidak memberikan akses yang memadai untuk DPRD sebagai legislatif daerah dalam penyelenggaraan pilkada. Padahal, penyelenggaraan pilkada, terlebih pilkada serentak harus diawali dengan adanya akta kesepakatan pelaksanaan pilkada bersama, yang dilakukan oleh KPU(D)-KPU(D) penyeleng-

gara pilkada plus pemerintahan daerah yang di dalamnya terdapat DPRD.

Apalagi Pasal 200-nya tegas menggariskan bahwa pendanaan kegiatan pilkada yang dilaksanakan 2015 dibebankan pada APBD. Dalam konteks inilah keseriusan dan otoritas DPRD sangat urgen, bahkan menjadi penentu besaran anggaran yang akan diberikan untuk pembiayaan penyelenggaraan pilkada. Jangan-jangan lambatnya penganggaran pada sejumlah pilkada pun karena tidak konsentrasinya DPRD dalam menentukan anggaran pilkada.

Pada beberapa pasal dalam UU No. 17 Tahun 2014 tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD (MD3), menunjukkan otoritas besar DPRD pada penentuan APBD, di antaranya ikhwal fungsi DPRD: legislasi, anggaran, dan pengawasan. Pada Pasal 317 diatur pula tugas dan wewenang DPRD, yakni, di antaranya, membahas dan memberikan persetujuan terhadap pelaksanaan perda dan APBD.

Fungsi, tugas dan wewenang DPRD tersebut, menunjukkan kewenangan dalam menentukan APBD yang juga sangat menentukan suksesnya penyelenggaraan pilkada. Kendati dalam teori manajemen umum, money itu nomor dua, faktanya di lapangan, semua program termasuk penyelenggaraan

pilkada tidak akan sukses kalau tidak diakhiri *policy anggaran* yang berhasil.

Berbicara anggaran pun berbicara aturan atau payung hukum yang dapat dijadikan landasan, bisa berbentuk perda atau peraturan lainnya yang notabene juga merupakan bagian dari fungsi legislasi DPRD, termasuk fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan penggunaan anggaran.

Dengan ketiga fungsinya, seharusnya DPRD memiliki akses kuat terhadap penyelenggaraan pilkada, terutama sepanjang masih menggunakan APBD. Bahkan, akses itu berada pada semua tahapan karena setiap tahapan menggunakan anggaran, sehingga setiap tahapan memerlukan pengawasan DPRD.

DPRD harus ikut serta dalam perencanaan pilkada karena yang memulai membuka keran penyelenggaraan pilkada adalah DPRD dengan surat pemberitahuan berakhirnya masa jabatan kepala daerah. Termasuk di dalamnya dalam penentuan anggaran, baik mandiri atau *sharing* dengan pilkada kabupaten/kota lain. Oleh karena itu, DPRD akan tahu benar kebutuhan anggaran yang diperlukan KPU(D).

Dalam setiap tahapan pun, DPRD harus memiliki akses fungsi dalam menjalankan fungsi pengawasan, sehingga dapat memastikan bahwa setiap tahapan dijalankan dengan baik. Hal itu menjadi sangat penting karena pada akhir penyelenggaraan pilkada, KPU(D) wajib memberikan laporan kepada DPRD.

Selain itu, sebagai legislatif daerah, DPRD pun harus memberikan kontribusi solusi atas persoalan-persoalan yang berkembang pada pilkada.

DPRD tidak boleh berpangut tangan, tetapi dapat berkontribusi guna menyelesaikan berbagai persoalan dalam penyelenggaraan pilkada.

Sebagaimana kewajiban anggota DPRD pada Pasal 300 UU MD3 yang salah satunya menaati prinsip demokrasi dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Kewajiban tersebut tidak hanya dituntut dalam kehidupan internal kelembagaan DPRD, tetapi juga dalam sendi-sendi peri kehidupan rakyat daerah, terutama yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan di daerah, yakni kepala daerah. Oleh karena itu, DPRD pun harus memastikan proses pilkada betul-betul berada pada rel demokrasi.

Banyak hal yang dapat dilakukan DPRD guna meningkatkan aksesitasnya terhadap penyelenggaraan pilkada. Secara internal, DPRD dapat membentuk panitus atau panitia atau bentuk lain yang memcermati setiap tahapan pilkada dari awal sampai akhir. Jika pun kebijakan itu diabaikan, DPRD dapat menunjuk prasarana buruk karena eksistensi anggota DPRD yang notabene bagian dari parpol yang mengajukan calon kepala daerah, bukan tidak mungkin DPRD dapat membentuk lembaga independen untuk menggantikan mata dan telinga DPRD.

Lembaga ini mewakili DPRD untuk memotret penyelenggaraan pilkada, sehingga ketika KPU(D) melaporkan, tidak hanya diterima seremonial memenuhi amanah

UU, tetapi DPRD dapat mengkritisi, menyarankan, bahkan memberikan rekomendasi atas persoalan pilkada yang berkembang. Begitu juga ketika DPRD menerima penetapan calon terpilih dari KPU(D) dan harus menyampaikannya kepada gubernur untuk pilgub dan pilwalkot atau kepada presiden untuk pilgub, harus ada dasar keputusan yang matang; bukan sekadar memenuhi UU. Secara terstrat DPRD boleh memiliki sikap tidak menyampaikan hasil penetapan KPU, jika memiliki argumen yang konstruktif. Argumen itu dapat dimiliki DPRD, jika tahu persis persoalan pilkada.

Bukan hal yang tidak mungkin hasil analisis DPRD ini juga dapat memberikan kontribusi positif pada penyelesaian sengketa pilkada. Hal ini karena secara substansial suara DPRD adalah suara rakyat daerah.***



No.11503311

Televisi dan Wabah Begal

Mahi M Hikmat

Koordinator Pengawas Isi Siaran Komisi
Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat



PENGARUH besar televisi terhadap pikiran, sikap, dan perilaku seseorang atau kelompok orang bukan hanya wacana. Ratusan, bahkan ribuan hasil penelitian dan puluhan teori telah membuktikan, pengaruh televisi sangat luar biasa dalam membolak-balikkan warna dunia. Oleh karena itu, wajar jika pergeseran perilaku manusia selalu saja disambung-sambungkan dengan keberadaan televisi.

PUN mewabah aksi pembegalan yang masif akhir-akhir ini. Sejumlah peserta dalam "Workshop Isi Siaran" KPID Jawa Barat belum lama ini mengindikasikan bahwa televisi berkontribusi besar pada makin mefifnya aksi pembegalan. Kendati hal itu perlu dibuktikan melalui kajian yang cermat, tetapi secara faktual ketika satu peristiwa pembegalan diberitakan di suatu tempat, esok bisa terjadi pada di tempat lain dan terus menyebar ke tempat-tempat lainnya. Setelah berita televisi menjadi inspirasi bagi para pembegal lainnya untuk melakukan aksi yang sama.

Jika televisi dituding menjadi salah satu sumber inspirasi, memang tidak dapat disangkal. Namun, jika inspirasi tersebut terkait dengan aksi pembegalan, tentu perlu bukti yang memadai. Akan tetapi, penga-

kuan sejumlah pelaku kriminal bahwa mereka kerap kali memiliki modus untuk melakukan tindak kejahatan karena terinspirasi tayangan-tayangan berita kriminal di televisi, seperti kasus pembobolan ATM, pencurian kendaraan, bahkan sampai cara menyalibkan kunci. Dalam konteks ini, televisi sudah berhasil menjalankan fungsi *edutent*-nya, yakni memberikan inspirasi pada beredangnya tindak kejahatan.

Oleh karena itu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui aturan P3 SPS-nya (Program Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) memberikan sejumlah pelarangan dan pembatasan pada lembaga penyiaran dalam menayangkan siaran jurnalistik. Misalnya, pada Pasal 41 huruf d SPS disebutkan, program siaran jurnalistik yang

melakukan penggambaran kembali suatu peristiwa wajib mengikuti ketentuan tidak menayangkan rekam ulang yang memperlihatkan secara terperinci cara dan langkah kejahatan serta cara-cara pembuatan alat kejahatan atau langkah-langkah operasional aksi kejahatan.

Begitu juga dalam Pasal 43-nya huruf a, c, dan e, program siaran bermuatan kekerasan dan/atau kejahatan dalam program siaran jurnalistik wajib mengikuti ketentuan, tidak menampilkan gambaran eksplisit dan terperinci tentang cara membuat dan mengaktifkan bahan peledak; tidak menayangkan secara terperinci rekonstruksi yang dilakukan oleh kepolisian; tidak membeberitakan secara terperinci rekam ulang kejahatan meskipun bersumber dari pejabat kepolisian yang berwenang dan/atau fakta pengadilan; tidak menayangkan rekam ulang pemeriksaan dan/atau kejahatan seksual.

Bahkan, dalam Peraturan KPI dan KPID se-Indonesia yang digelar di Makassar, 30 Maret sampai 2 April 2015, terkait dengan siaran jurnalistik yang menyajikan berita kejahatan, cara penyajian angle tindak kejahatan juga akan dijadikan salah satu poin penting dalam pemahan P3 SPS. Televisi dalam menayangkan siaran jurnalistik harus pandai-pandai memilih mana tindak kejahatan yang harus disajikan *close up* dan mana yang harus *long shot* dengan berpijak pada dampak negatif yang akan dialami publik.

Adanya pelarangan siaran jurnalistik tersebut, di anta-

ranya dimaksudkan agar tidak ada upaya untuk memiru modus-modus kejahatan sehingga satu modus tindak kejahatan akan menjadi tren bagi penjahat lainnya. Hal itu adalah yang melahirkan asumsi bahwa siaran jurnalistik di televisi tentang aksi pembegalan menjadi inspirasi bagi para penjahat lainnya sehingga pembegalan terjadi cukup masif.

Kendati secara teoritis, Jean Baudrillard berpandangan bahwa publik pun acap kali mengalami distorsi pemaknaan terhadap isi media sehingga mengakibatkan munculnya gejala *hiperrealitas*. Salah satu di antaranya adalah skenario yang semakin sederhana menajak kepada apa yang disebut *keinginan-keinginan* manusia. Trennya istilah pembegalan pada suatu peristiwa kejahatan yang dipersepsikan media akan memungkinkan mendorong media lainnya untuk memberikan label sama pada tindak kejahatan lain yang beres.

Oleh karena itu, sangat memungkinkan tindak kejahatan yang dulunya diberikan label perampokan, penembakan, penganiayaan, pencurian dengan kekerasan, perampasan, dan tindak kejahatan yang hampir serupa lainnya, kini diberikan label yang sama oleh media, yakni pembegalan. Oleh karena itu, publik diberikan pemaknaan pesan media bahwa tindak kejahatan adalah pembegalan berkecenderungan tinggi.

Namun, fakta apa pun yang terjadi, sebagaimana ancaman P3 SPS, media penyiaran, khususnya televisi harus e-

trahati-hati dalam menyajikan siaran jurnalistik tentang kejahatan karena dapat menhawa dampak negatif bagi publik. Siaran jurnalistik yang menginspirasi tindak kejahatan dapat menjadi inspirasi bagi penjahat lain untuk melakukan modus yang sama. Bahkan, lebih luas lagi, masyarakat cenderung tidak kejahatan dapat menimbulkan kecamatan dan ketakutan luas bagi publik.

Dengan tetap kukuh pada pemertihan hak konstitusional warga atas informasi, menjalakan prinsip-prinsip jurnalistik yang ideal, siara jurnalistik pun harus memberikan perlindungan terhadap kemerdekaan karakter bangsa dan aset serta memperkokoh nilai-nilai positif yang sudah lama tertanam pada jididri bangsa Indonesia. Karena hal itulah di antaranya yang akan dapat tetap menempatkan para jurnalis Indonesia sebagai panutan dan pahlawan.***



Efisiensi Pilkada Serentak

Mahi M Hikmat

Doktor Komunikasi Politik Unpad, dosen
UIN Sunan Gunung Jati Bandung,
Dewan Persar ICMI Jawa Barat



SEMPAT menguatnya keinginan pilkada kembali ke DPRD dari pilkada langsung, terutama terkait dengan efisiensi anggaran, baik anggaran resmi yang disediakan Pemerintah maupun cost politik yang dikeluarkan para calon. Pilkada oleh DPRD lebih efisien puluhan kali lipat ketimbang pilkada langsung sehingga salah satu rekomendasi bersyarat untuk kembali ke pilkada langsung harus lebih memiliki visi efisiensi.

PILKADA langsung jangan sampai menjadi ajang pesta pora anggaran di antara kemungkinan yang masih dikawatirkan oleh sebagian besar rakyat.

Salah satu upaya untuk meningkatkan visi efisiensi dalam penyelenggaraan pilkada, di antaranya memusyawarahkan pilkada serentak. UU No. 1/2015 tentang pilkada menyebatkan penugutan suara serentak, jadwal pemilihan umum dilaksanakan secara bersamaan dalam satu hari. Model pilkada seperti itu sempat diamandatkan juga dalam UU No. 12/2008 revisi UU No. 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah, tetapi dengan istilah pilkada gabungan yang pernah diimplementasikan di berbagai daerah, termasuk pada Pilgub Jabar 2013 yang digabungkan dengan pemilihan Wali Kota Cirebon, Wali Kota Sukabumi, dan Bupati Sumedang.

Pilkada serentak berangkat dari harapan, di antaranya untuk menekan biaya penyelenggaraan yang selama ini dipandang sangat tidak masuk akal. Biaya pilkada yang sangat mahal ini pula dipandang sebagai bentuk titik awal kepala daerah melakukan berbagai tindakan kompromi. Ia berusaha mengembalikan

cost politik yang telah dikeluarkan. Pilkada serentak diharapkan mendorong penghematan dan penyederhanaan sistem penyelenggaraan pilkada. Apalagi pilkada yang dilaksanakan dengan akresi waktu berbeda-beda dipandang sebagai sumber konflik horizontal di masyarakat.

Sebagai contoh, hasil kajian Alhoni dik (2012) menyimpulkan, penyelenggaraan pilkada serentak di Kalimantan Selatan efektif dapat menghemat biaya penyelenggaraan. Kendati demikian, setiap daerah yang akan menggelar pilkada tetap menyosun anggaran, tetapi menjangka penyelenggaraan, pemerintah provinsi mengumpulkan semua daerah untuk membahas anggaran bersama, memastikan siapa menyalinnya. Oleh karena itu, sangat memungkinkan ada beberapa poin yang tidak perlu dibayar kabupaten/kota karena sudah dibayarkan oleh provinsi.

Penyelenggaraan pilkada serentak bisa dilakukan *sharing* antara pemerintah provinsi dan kabupaten/kota dengan komposisi variabel bergantung pada kesepakatan. Selama ini, anggaran terbesar pilkada adalah untuk honorarium petugas, bisa mencapai 60-70%. Dengan pilkada

serentak, biaya tersebut bisa didefinisikan karena petugas cukup menerima honor satu kali untuk pekerjaan dua pilkada.

Dalam penelitiannya, Afraini Atif (2012) juga menemukan bahwa keuntungan pilkada serentak adalah efisiensi anggaran. Penyelenggaraan pilkada serentak bisa menghemat biaya karena biaya serentanya dikeluarkan dua kali (untuk membiayai pilkada/pilwaskot dan untuk pilgub), cukup sekali dengan ditanggung bersama pada APBD provinsi dan APBD kabupaten/kota. Sebagai bahan pembandingan, banyak juga model pembagian anggaran pilkada gabungan yang dapat dijadikan rujukan dari pilkada serentak.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam visi efisiensi anggaran sebagai target pilkada serentak, dalam konteks pilkada serentak antara pilgub, pilwaskot, dan pilgub, secara langsung terjadi efisiensi, terutama dalam pembiayaan petugas. Mereka cukup mendapatkan honorarium satu, baik dari APBD provinsi maupun dari APBD kabupaten/kota. Padahal, mereka bisa menugasi dan penyelenggaraan pilkada, yakni sebagai petugas pilkada bupati/wali kota dan pilkada gubernur.

Namun, jika pilkada serentak hanya antara pilkada bupati dan wali kota, menjadi pilkada gabungan, seperti di Jawa Barat tahun 2013 akan didefinisikan oleh APBD kabupaten/kota, cenderung tidak menyuarakan banyak efisiensi anggaran. Masing-masing petugas hanya akan menggerakkan satu pilkada dan mereka akan mendapatkan satu honorarium dari APBD kabupaten/kota. Kendatipun ada peluang efisiensi dalam penghematan petugas supervisi yang dilakukan oleh KPU (pusat), KPU provinsi, Bawaslu (pusat), dan Bawaslu provinsi dengan didapat dari APBN atau APBD provinsi.

Kemungkinan makin sulitnya mewujudkan visi efisiensi ang-

garan dalam pilkada serentak antara beberapa pilkada bupati dan/atau pilkada wali kota, sesuai isi UU No. 1/2015, dalam hal penarikan masa jabatan bupati/wali kota yang masih menunggu beberapa bulan atau beberapa tahun masa jabatannya. Dalam ketentuan UU No. 1/2015, mereka akan diberhentikan di tengah jalan, dengan mendapatkan kompensasi pembayaran "pji" sampai akhir masa jabatan plus dana pensiun. Sementara itu, jabatannya ditempati pjs atau pelaksana tugas yang notabene juga harus mendapatkan tunjangan.

Dalam konteks tersebut, pemerintah harus mengorbankan biaya tambahan, yakni kompensasi bagi bupati/wali kota yang diberhentikan sebelum waktunya plus dana pensiun, termasuk juga tunjangan untuk pjs/pjs-nya. Dalam sisi lain itu adalah pemborosan karena tidak terjadi pada pilkada-pilkada sebelumnya. Hal ini pula yang harus menjadi pertimbangan dalam penyelenggaraan pilkada serentak yang melibatkan pilkada bupati dan wali kota saja, bemahalah sudah terjadi efisiensi atau malah sebaliknya.

Apalagi jika pilkada serentak pun dilaksanakan akan menjadi salah satu jalan keluar dari sempitnya problem pilkada langsung yang terjadi sejak 2007 lalu, dipastikan akan sangat sulit. Pilkada langsung selama ini, di antaranya, dianggap banyak menghamburkan dana rakyat, rentas konflik horizontal, dan rendahnya tingkat partisipasi. Untuk meningkatkan partisipasi politik dan meminimalkan konflik horizontal pun masih belum ada jaminan karena sejumlah pilkada gabungan yang pernah dilakukan pun di beberapa daerah masih menimbulkan konflik dan tingkat partisipasi politik yang rendah. Bahkan, pilkada langsung pun dianggap harus signifikan dengan terjalinya kepala daerah yang dapat mem-

bera rakyat pada perbaikan kesejahteraan. Itu mungkin masih akan menjadi mimpi.

Kendati ada cita-cita besar dari para pengusung pilkada serentak bahwa sesuatu pilkada serentak dilakukan bagi seluruh pilgub dan pilwaskot/pilwaskot di seluruh Indonesia yang diharapkan terjadi tahun 2020-2022 mendatang. Penyelenggaraan pemilu di Indonesia ke depan diharapkan cukup tiga kali, pilkada, pemilu legislatif, dan pemilu presiden sehingga parpol tidak disibukkan pemilu setiap tahun seperti tahun-tahun kemarin. Untuk menyentilkan penyelenggaraan pilkada tersebut perlu dilakukan berbagai hal yang lain pilkada serentak tahun ini tidak memberikan hasil yang positif, dapat dianggap sebagai investasi bagi cita-cita besar tersebut. Namun, adakah jaminan cita-cita besar tersebut akan terwujud karena bukan merupakan realisasi lagi, lebih-jalan politik nasional masih sangat dimatikan. Dalam tahun-tahun terakhir ini, Indonesia terbiasa mengubah UU politik setiap lima tahun sekali menentang penyelenggaraan pemilu. ***

BAB XI DELIK PERS

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang aturan-aturan yang terkait dengan kegiatan Jurnalistik yang disebut sebagai Delik Pers, yakni pasal-pasal dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang dapat menjerat Wartawan atau warga Negara dalam pemidanaan akibat dari kegiatan Jurnalistiknya.

B. Definisi Deliks Pers

Delik Pers adalah istilah yang berasal dari dua kata: *delik* dan *pers*. Masing-masing kata tersebut memiliki arti, sehingga untuk membongkar makna delik pers, dapat dilakukan dengan pendekatan arti dari kedua kata tersebut. Delik adalah istilah yang biasa digunakan dalam dunia hukum, sedangkan pers istilah untuk menunjukkan lembaga yang berkaitan erat dengan penyampaian informasi.

Kendati kata delik berkaitan dengan istilah hukum, tetapi istilah *delik pers*, sebenarnya bukan terminologi (istilah) hukum, melainkan hanya sebutan atau konvensi di kalangan masyarakat, khususnya praktisi dan pengamat hukum, untuk menamai pasal-pasal KUHPidana yang berkaitan dengan pers. Delik pers adalah delik yang terdapat dalam KUHPidana, tetapi tidak merupakan delik yang berdiri sendiri.

Krisna Harahap (1996:31) menyebutkan, yang dimaksud delik atau tindak pidana adalah perbuatan melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang oleh peraturan perundang-undangan dinyatakan sebagai perbuatan yang dilarang atau diancam dengan pidana. Sementara itu, pers dalam persepsi Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Oleh karena itu, delik pers dapat dipersepsikan sebagai perbuatan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis

saluran yang tersedia yang menurut peraturan perundang-undangan dinyatakan sebagai perbuatan yang dilarang atau diancam dengan pidana.

Delik pers bagian delik khusus yang belaku umum. Karena yang sering melakukan pelanggaran atas delik itu adalah pers, maka tindak pidana itu dikatakan sebagai delik pers. Jadi, sama dengan tindak pidana yang dilakukan oleh umum atau delik yang belaku umum tentang penghinaan, pencemaran nama baik, fitnah, kesusilaan, tetapi kalau dilakukan oleh pers disebut delik pers. Delik pers adalah delik yang terdapat dalam KUHPidana, tetapi tidak merupakan delik yang berdiri sendiri.

Dalam *Inteleiding Tot de Studie Van Het Strafrech*, Mr.D. Hazewinkel Suringa menyatakan bahwa Delik Pers adalah pernyataan pikiran dan perasaan yang dapat dijatuhi pidana yang untuk penyelesaiannya membutuhkan publikasi pers. Bahkan, dalam perspektif pers sebagai media cetak, delik pers didefinisikan adalah semua kejahatan atau pelanggaran yang dilakukan oleh pers dalam arti sempit (Harahap, 1996).

Menurut para ahli hukum, delik pers adalah setiap pengumuman atau penyebarluasan pikiran melalui penerbitan pers. Terdapat tiga unsur atau kriteria yang harus dipenuhi agar suatu perbuatan yang dilakukan melalui pers dapat digolongkan sebagai delik pers:

- a. Adanya pengumuman pikiran dan perasaan yang dilakukan melalui barang cetakan.
- b. Pikiran dan perasaan yang diumumkan atau disebarluaskan melalui barang cetakan itu harus merupakan perbuatan yang dapat dipidana menurut hukum.
- c. Pengumuman pikiran dan perasaan yang dapat dipidana tersebut dilakukan melalui barang cetakan tadi harus dapat dibuktikan telah disiarkan kepada masyarakat umum atau dipublikasikan. Jadi, syarat atau unsur terpenting adalah publikasi.

Pendapat tersebut berlaku ketika pers dipersepsikan sempit, dalam arti hanya media cetak, sehingga titik tekan delik pers tersebut pada objek berupa barang cetakan. Namun, ketika makna pers meluas, selain media cetak, tetapi juga media elektronik (televisi, radio, film) dan media social (web site, facebook, twitter dll), maka kriteria yang harus dipenuhi delik pers pun meluas. Objek delik pers tidak hanya barang cetakan, seperti surat kabar, majalah, buletin, dan sejenisnya, tetapi juga tayangan film di televisi atau layar lebar, siaran radio, termasuk juga penyajian informasi di internet. Kendati sebetulnya, selain dalam

KUHPidana, berkait dengan media penyiaran seperti televisi dan radio serta internet terdapat juga sejumlah peraturan yang berdampak hukum pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Penyiaran serta Undang-Undang Internet dan Transaksi Elektronik.

Namun, sebagaimana unsur awal, yang paling pokok dari delik pers adalah publikasi. Artinya, siapapun yang mengeluarkan pikiran, perasaan, dan sebagainya, baik dalam bentuk cetakan, tayangan film, siaran, dan sebagainya, jika hanya untuk konsumsi sendiri; tidak dipublikasikan berarti tidak dapat dijerat oleh delik pers. Sebagai ilustrasi sebuah peristiwa yang benar-benar terjadi di sebuah kecamatan di Jawa Barat (mohon maaf tidak disebutkan identitas lengkapnya).

Suatu waktu, pasangan kekasih menikah. Pada malam pertama, mereka mendokumentasikan keindahan “malam pertama”-nya melalui handycame. Adegan yang mereka ambil tentu adegan ranjang, tentu bernuansa pornoaksi. Namun, karena dilakukan oleh pasangan suami-istri yang sah dan dokumen itu hanya dokumen pribadi mereka, tidak termasuk delik pers. Tindakan mereka bukan tindakan pidana. Kemudian, setelah setahun pasangan itu menikah, istrinya minta cerai, tetapi suaminya tidak mau menceraikan. Istrinya tetap maksa, sehingga suaminya mengancam, kalau tetap minta cerai, maka video malam pertama mereka akan disebarluaskan. Sayangnya, istrinya tidak takut dengan gertakan seperti itu, sehingga istrinya tetap menggugat cerai. Karena istrinya serius, maka suaminya berulah, video itu disebarkan ke umum. Dengan tidak sadar, ia telah mempublikasikan adegan pornoaksinya, sehingga sang suami dicituk oleh polisi. Ia harus merasakan jeruji besi, bukan karena adegan dalam videonya, tetapi karena ia mempublikasikannya.

Dalam konteks tugas wartawan, Luwarso (dalam Sumadiri 2005:232) menyatakan, terdapat dua unsur yang harus dipenuhi sehingga dapat dimintai pertanggungjawaban dan dituntut secara hukum, yakni, 1) Apakah wartawan yang bersangkutan mengetahui sebelumnya isi berita dan tulisan dimaksud; 2) Apakah yang bersangkutan sadar sepenuhnya bahwa tulisan yang dimuatnya dapat dipidana. Kedua unsur itu harus dipenuhi. Apabila kedua unsur ini tidak terpenuhi, wartawan tersebut tidak dapat dituntut atau diminta pertanggungjawabannya secara hukum.

C. Jenis Delik Pers

Dalam konteks proses penanganannya, delik pers dapat bagi dua jenis. Pertama delik Aduan. Delik aduan berarti kasus pers baru muncul hanya apabila ada pihak yang mengadukan kepada pihak kepolisian

akibat suatu pemberitaan pers. Selama tak ada pihak yang mengadu, pers tidak bisa digugat, dituntut, atau diadili. Ketentuan hukum penghinaan bersifat delik aduan, yakni perkara penghinaan terjadi jika ada pihak yang mengadu. Artinya, masyarakat yang merasa dirugikan oleh pemberitaan pers—nama baiknya tercemar atau merasa terhina—harus mengadu ke aparat hukum agar perkara bisa diusut.

Kedua delik biasa. Delik biasa berarti kasus pers itu muncul dengan sendirinya tanpa didahului dengan munculnya pengaduan dari pihak yang merasa dirugikan akibat pemberitaan pers. Delik biasa, terutama berkaitan dengan lembaga kepresidenan. Artinya, tanpa pengaduan dari pihak mana pun, kalau suatu pemberitaan pers dianggap melakukan penghinaan terhadap presiden atau wakil presiden, maka aparat kepolisian secara otomatis akan memrosesnya secara hukum. Kasus penghinaan terhadap Presiden, Wakil Presiden, dan Instansi Negara, termasuk dalam delik biasa, artinya aparat hukum bisa berinisiatif melakukan penyidikan dan pengusutan tanpa harus ada pengaduan dari pihak yang dirugikan. Logika dari ketentuan ini adalah presiden, wakil presiden, dan instansi negara adalah simbol negara yang harus dijaga martabatnya. Selain itu, posisi jabatannya tidak memungkinkan mereka bertindak sebagai pengadu.

Dalam kehidupan pers nasional di Indonesia, yang berkait delik pers adalah pelanggaran terhadap pasal-pasal dalam KUHPidana yang berlaku di Indonesia. Substansi dari delik pers berkait dengan pelanggaran KUHPidana adalah delik yang bisa mendatangkan kerugian, baik pada seseorang (*private libel*), pada negara, masyarakat, atau pemerintah (*public libel*).

Dalam KUHPidana setidaknya terdapat 16 pasal yang mengatur soal penghinaan. Penghinaan terhadap Presiden dan wakil Presiden diancam oleh pasal 134, 136, 137. Penghinaan terhadap Raja, Kepala Negara sahabat, atau Wakil Negara Asing diatur dalam pasal 142, 143, 144. Penghinaan terhadap institusi atau badan umum (seperi DPR, Menteri, DPR, Kejaksaan, kepolisian, gubernur, bupati, camat, dan sejenisnya) diatur dalam pasal 207, 208, dan 209. Jika penghinaan itu terjadi atas orangnya (pejabat pada instansi negara) maka diatur dalam pasal 316. Sementara itu, penghinaan terhadap anggota masyarakat umum diatur dalam pasal 310, 311, dan 315. Selain itu, masih terdapat sejumlah pasal yang bisa dikategorikan dalam delik penghinaan ini, yaitu pasal 317 (fitnah karena pengaduan atau pemberitahuan palsu kepada penguasa), pasal 320 dan 321 (pencemaran atau penghinaan terhadap seseorang yang sudah mati).

Delik pers yang dapat digolongkan sebagai *private libel*, yaitu delik

pers terhadap orang perorangan, diatur dalam pasal-pasal KUHP mulai pasal 310 sampai pasal 315. Kalau dirinci, delik pers yang termasuk dalam *private libel* berdasarkan pasal per pasal KUHPidana dapat dipaparkan sebagai berikut:

Pasal 310 KUHPidana:

- (1) *Barangsiapa dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduhkan sesuatu hal, dengan maksud yang jelas agar hal itu diketahui umum, diancam karena pencemaran dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah;*
- (2) *Bila hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambar yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, maka diancam karena pencemaran tertulis dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah;*
- (3) *Tidak merupakan pencemaran atau pencemaran tertulis, bila perbuatan itu jelas dilakukan demi kepentingan umum atau karena terpaksa untuk membela diri.*

Menurut Harahap (1996), yang dimaksud menyerang kehormatan dan nama baik seseorang adalah menghina. Yang diserang atau dihina itu, biasanya merasa malu. Kehormatan yang diserang hanya mengenai kehormatan nama baik, bukan kehormatan dalam arti seksual. Kehormatan dalam arti seksual tidak termasuk penghinaan, tetapi termasuk pada kejahatan kesopanan atau kesusilaan.

Pasal 311 mengemukakan sebagai berikut:

- (1) *Bila yang melakukan kejahatan pencemaran atau pencemarah tertulis dibolehkan untuk membuktikan kebenaran tuduhannya itu, namun ia tidak dapat membuktikannya dan tuduhan dilakukan bertentangan dengan apa yang diketahuinya, maka ia diancam karena melakukan fitnah dengan pidana penjara paling lama empat tahun.*
- (2) *Pencabutan hak-hak tersebut dalam pasal 35 no. 1-3 dapat dijatuhkan.*

Pasal 312 berbunyi sebagai berikut:

Pembuktian akan kebenaran tuduhan hanya dibolehkan dalam hal berikut:

- (1) *Apabila hakim memandang perlu untuk memeriksa kebenaran itu semua menimbang keterangan terdakwa, bahwa perbuatan*

dilakukan demi kepentingan umum atau karena terpaksa untuk membela diri.

- (2) *Apabila seseorang pejabat dituduh sesuatu hal dalam menjalankan tugasnya.*

Pasal 316 yang menguatkan penghinaan terhadap pegawai/pejabat berbunyi sebagai berikut: *Pidana yang ditentukan dalam pasal-pasal di atas dalam bab ini, dapat ditambah dengan sepertiga bila yang dihina itu adalah seorang pejabat pada waktu atau karena menjalankan tugasnya yang sah.*

Pasal 321 pun berbunyi tentang penghinaan, kendati ditujukan pada orang yang sudah meninggal sekalipun.

- (1) *Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan atau gambar yang isinya menghina atau bagi orang yang sudah meninggal mencemarkan namanya, dengan maksud supaya isi surat atau gambar itu diketahui atau lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana paling lama satu bulan dua minggu atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*
- (2) *Bila yang bersalah melakukan kejahatan tersebut dalam menjalankan pekerjaannya, sedangkan pada waktu belum lewat dua tahun sejak ada pemidanaan yang menjadi tetap karena kejahatan semacam itu juga, maka haknya untuk menjalankan tersebut dicabut.*
- (3) *Kejahatan ini dituntut hanya kalau ada pengaduan dari orang yang ditunjuk dalam pasal 319 dan pasal 320 ayat (2) dan (3).*

Salah satu contoh yang berkait dengan penghinaan atau delik pers yang menyerang pribadi adalah dalam kasus Pemimpin Redaksi Harian Rakyat Merdeka, Karim Paputungan, yang dijatuhi hukuman penjara oleh Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, 9 September 2003. Hal itu terjadi karena pemutan foto parodi Akbar Tanjung di Harian Rakyat Merdeka edisi 8 Januari 2002 yang memperlihatkan bagian tubuh bertelanjang dada dan penuh keringat. Foto tersebut merupakan ilustrasi dari berita berjudul "Akbar Sengaja dihabisi. Golkar Nangis Darah." Karim dianggap bersalah melanggar pasal 310 ayat (2) KUHP, yang antara lain berbunyi, dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan tulisan atau gambar yang disiarkan, dipertunjukkan pada umum atau ditempelkan.

Selain itu, kasus yang terjadi pada Tabloid Warta Republik yang menulis laporan Utama berjudul "Cinta Segitiga Dua Orang Jendral: Try

Sutrisno dan Edi Sudradjat Berebut Janda”. Laporan yang dimuat pada edisi pertama, November 1998, itu ditulis tanpa ada wawancara atau konfirmasi dari sumber berita, melainkan hanya bersumber dari desas-desus. Pemimpin Redaksi Warta Republik diadukan ke pengadilan dan dijatuhi hukuman percobaan karena mencemarkan nama baik Jenderal TNI (purn.) Try Sutrisno dan Jendral TNI (purn.) Edi Sudradjat. Dalam kasus ini, wartawan Tabloid Warta Republik memenuhi unsur sengaja melakukan penghinaan, menuduh tanpa bukti dan telah mencemarkan nama baik.

Kasus lain adalah gugatan terhadap majalah Gatra yang diajukan oleh Tommy Soeharto berkaitan dengan tulisan berjudul “Obat Terlarang, Nama Tommy pun Disebut” yang dimuat pada Edisi No. 48, 17 Oktober 1998. Namun, pengaduan kasus ini ditolak oleh Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta. Dalam pertimbangannya, hakim berpendapat bahwa Gatra telah melakukan peliputan yang sesuai dengan standar kode etik, dan berupaya melengkapi sumber-sumber yang bisa memberikan keterangan dalam melengkapi akurasi laporan.

Sementara itu, delik pers yang termasuk pada *public libel* sebagai berikut:

1. Pembocoran Rahasia Negara

Pasal 112 KUHPidana yang berbunyi,

Barangsiapa dengan sengaja mengumumkan atau memberitahukan, atau memberikan surat-surat, berita-berita, atau keterangan-keterangan kepada negara asing, sedang ia tahu bahwa surat-surat, berita-berita atau keterangan-keterangan itu harus dirahasiakan untuk kepentingan Negara, diancam dengan pidana penjara paling lama tujuh tahun.

Pasal 322 KUHPidana menyatakan,

- (1) *Barangsiapa dengan sengaja membuka rahasia yang wajib disimpannya karena jabatan atau pekerjaannya, baik yang sekarang maupun yang dulu, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana denda paling banyak Sembilan ribu rupiah.*
- (2) *Bila kejahatan ini dilakukan terhadap seseorang, maka perbuatan ini dapat dituntut hanya atas pengaduan orang itu.*

2. Penghinaan terhadap Presiden dan Wakil Presiden

Pasal 134 KUHPidana yang berbunyi, *Penghinaan dengan sengaja terhadap Presiden atau Wakil Presiden, diancam dengan pidana penjara paling lama enam tahun, atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus*

rupiah.

Pasal 136 KUHPidana yang menyatakan,

Pengertian penghinaan seperti dimaksud dalam pasal 134 mencakup juga perumusan perbuatan dalam pasal 315, bila hal itu dilakukan diluar kehadiran yang dihina, baik dengan tingkah laku di muka umum, maupun tidak dimuka umum dengan lisan atau tulisan, namun dihadapi lebih empat orang, atau di hadapan orang lain, yang hadir bukan atas kehendaknya dan oleh karena itu merasa tersinggung.

Pasal 137 KUHPidana yang isinya,

- (1) Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan, atau menempelkan tulisan di muka umum tulisan atau lukisan yang berisi penghinaan terhadap Presiden atau Wakil Presiden, dengan maksud supaya isinya yang menghina itu diketahui atau lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*
- (2) Bila yang bersalah melakukan kejahatan pada waktu menjalankan pekerjaannya, dan pada saat itu belum lewat dua tahun sejak adanya pemidanaan yang menjadi tetap karena kejahatan semacam itu juyga, maka ia dapat dipecat dari hak menjalankan pekerjaan tersebut.*

3. Penghinaan terhadap Kepala Negara Tetangga

Pasal 144 KUHPidana mengemukakan bahwa,

- (1) Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan atau lukisan yang isinya penghinaan terhadap raja yang memerintah atau kepala lainnya dari negara bersahabat, atau wakil negara asing di Indonesia dengan pangkatnya, dengan maksud agar penghinaan itu diketahui oleh lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*
- (2) Bila yang bersalah melakukan kejahatan itu, pada waktu menjalankan pekerjaannya, dan pada saat itu belum lewat dua tahun sejak ada pemidanaan yang tetap karena kejahatan semacam itu juga, ia dapat dipecat dari hak menjalankan pekerjaan tersebut.*

4. Memaksa Lembaga Negara

Pasal 146 KUHPidana yang berbunyi,

Barangsiapa dengan kekerasan atau dengan ancaman kekerasan membubarkan rapat badan pembuat undang-undang, badan pemerintahan atau badan perwakilan rakyat yang dibentuk oleh atas nama pemetintah, atau memaksa badan-badan itu supaya mengambil atau tidak mengambil suatu putusan atau mengusir ketua atau anggota rapat itu, diancam dengan pidana penjara paling lama sembilan tahun.

5. Penyebaran Rasa Permusuhan/Kebencian

Pasal 154 KUHPidana yang menyatakan, *Barangsiapa menyatakan rasa permusuhan, kebencian atau penghinaan terhadap Pemerintah Indonesia di muka umum, diancam dengan pidana penjara paling lama tujuh tahun atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*

Pasal 155 KUHPidana yang isinya,

- (1) Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan atau lukisan yang mengandung pernyataan rasa permusuhan, kebencian atau penghinaan terhadap Pemerintah Indonesia, dengan maksud supaya isinya diketahui atau lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun enam bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*
- (2) Bila yang bersalah melakukan kejahatan tersebut pada waktu menjalankan pekerjaannya dan pada saat itu belum lewat lima tahun sejak ppidanaannya menjadi tetap karena melakukan kejahatan semacam itu juga, maka yang bersangkutan dapat dipecat dari haknya menjalankan pekerjaan itu.*

Pasal 156 KUHPidana berisi, *Barangsiapa menyatakan rasa permusuhan, kebencian atau penghinaan terhadap sesuatu atau beberapa golongan-golongan rakyat Indonesia di muka, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*

Pasal 157 HUIHPidana mengemukakan mengenai perasaan permusuhan, kebencian atau penghinaan golongan penduduk,

- (1) Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan atau lukisan, yang isinya mengandung pernyataan rasa permusuhan, kebencian atau penghinaan di antara atau terhadap golongan-golongan rakyat Indonesia, dengan maksud supaya isinya diketahui atau lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana penjara paling lama dua tahun enam bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.*
- (2) Bila yang bersalah melakukan kejahatan tersebut pada waktu menjalankan pekerjaannya dan pada saat itu belum lewat lima*

tahun sejak pembedaannya menjadi tetap karena kejahatan semacam itu juga, maka yang bersangkutan dapat dipecat dari haknya menjalankan pekerjaan tersebut.

6. Menodai Lambang Negara

Pasal 154a KUHPidana menyatakan, *Barangsiapa menodai bendera kebangsaan Republik Indonesia dan lambang Negara Republik Indonesia, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau pidana denda paling banyak empat puluh lima ribu rupiah.*

7. Penodaan terhadap Agama

Pasal 156a KUHPidana mengemukakan,

Dipidana dengan pidana penjara selama-lamanya lima tahun barangsiapa dengan sengaja di muka umum mengeluarkan perasaan atau melakukan perbuatan:

- a. Yang pada pokoknya bersifat permusuhan, penyalahgunaan atau penodaan terhadap suatu agama yang dianut di Indonesia;*
- b. Dengan maksud agar supaya orang tidak menganut apapun juga, yang bersendikan Ketuhanan Yang Maha Esa.*

Pasal ini relevan dengan isi Undang-Undang No. 1 Tahun 1965 tentang Penodaan terhadap Martabat Agama. Oleh karena itu, berkait dengan pelanggaran pasal ini sejalan dengan pelanggaran terhadap undang-undang tersebut akan dibahas pada Bab lain.

8. Menghasut

Menghasut dalam KUHPidana diatur dalam Pasal 160 yang menyatakan,

Barangsiapa dengan lisan atau tulisan menghasut di muka umum supaya orang melakukan tindak pidana, melakukan kekerasan terhadap penguasa umum atau tidak memiliki baik ketentuan undang-undang maupun perintah jabatan yang diberikan berdasarkan ketentuan undang-undang, diancam dengan pidana penjara paling lama enam tahun atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.

Selain itu, ada lagi dalam Pasal 161 KUHPidana yang memperkuat pasal tersebut dengan menyatakan,

- (1) Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan tulisan yang menghasut di muka umum supaya orang melakukan perbuatan pidana, menentang penguasa umum dengan kekerasan,*

atau menentang sesuatu hal lain seperti tersebut dalam pasal di atas, dengan maksud supaya isi tulisan yang menghasut itu diketahui oleh lebih diketahui oleh umum, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.

- (2) *Bila yang bersalah melakukan kejahatan tersebut pada waktu menjalankan pekerjaannya dan pada saat itu belum lewat lima tahun sejak pembedaannya menjadi tetap karena kejahatan semacam itu juga, maka yang bersangkutan dapat dipecah dari hak menjalankan pekerjaan tersebut.*

9. Melanggar Kesusilaan-Pornografi

Dalam KUHPidana pun tertuang pasal yang mengandung ketentuan tentang pelanggaran pornografi, yakni Pasal 282 yang berbunyi sebagai berikut:

- (1) *Barangsiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan, gambar atau benda yang telah diketahui isinya melanggar kesusilaan, atau barangsiapa dengan maksud untuk disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, membuat tulisan, gambar atau benda tersebut, memasukkannya ke dalam negeri, meneruskannya, mengeluarkannya dari dalam negeri atau mempunyai persediaan, ataupun barangsiapa secara terang-terangan atau dengan mengedarkan surat tanpa diminta, menawarkannya atau menunjukkannya sebagai bisa diperoleh, diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling tinggi empat puluh lima ribu rupiah.*
- (2) *Barasiapa menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkan di muka umum tulisan, gambar atau benda yang melanggar kesusilaan, ataupun barangsiapa dengan maksud untuk disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, membuat, memasukkannya ke dalam negeri, atau mempunyai kesediaan, ataupun barangsiapa secara terang-terangan mengedarkan surat tanpa diminta, menawarkan, menunjukkan sebagai bisa diperoleh, diancam, bila ada alasan kuat baginya untuk menduga bahwa tulisan, gambar atau benda itu melanggar kesusilaan, dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan, atau pidana denda paling banyak empat puluh lima ribu rupiah.*
- (3) *Kalau yang bersalah melakukan kejahatan tersebut dalam ayat (1) sebagai pekerjaan atau kebiasaan, maka ia dapat dijatuhi pidana penjara paling lama dua tahun delapan bulan atau pidana denda paling banyak tujuh puluh lima ribu rupiah.*

D. Penegakan Delik Pers

Secara umum, penegakan hukum yang berkaitan dengan delik pers mengalami masa pro dan kontra. Terdapat sebagian kalangan praktisi hukum dan praktisi media yang setuju atas penegakan delik pers tersebut, tetapi banyak juga kalangan praktisi hukum dan praktisi media menginginkan penindakan terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh kalangan media massa seharusnya menggunakan pasal-pasal yang terdapat dalam undang-undang yang mengatur khusus media massa tersebut, misalnya, pasal-pasal pidana yang ada pada Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers, untuk media penyiaran digunakan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, untuk media internet digunakan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, dan seterusnya.

Memang, kalau dianalisis secara saksama di antara kelebihanannya, delik pers pun tidak terlepas dari kelemahan (Harahap, 1996). Beberapa kasus yang melibatkan pers, baik wartawan maupun institusinya lebih banyak bermuara pada perihal "pencemaran nama baik". Hal ini terjadi karena beberapa hal. Pertama, media hak jawab dan hak koreksi selama ini tidak berjalan dengan optimal, sehingga jalur mediasi dengan penyelesaian kekeluargaan tertutup dan meja hijau menjadi satu-satunya alternatif penyelesaian. Kedua, tidak efektifnya Pasal 18 ayat (2) yang menyebutkan bahwa Perusahaan Pers yang memberikan peristiwa dan opini dengan tidak menghormati asas praduga tak bersalah sebenarnya memiliki makna yang identik atau termasuk di dalamnya sebagai upaya pencemaran nama baik. Namun, selama ini asas praduga tak bersalah lebih dimaknai sempit. Disamping itu, sanksi pidana yang lebih rendah dibandingkan dengan Pasal 310 (2) KUHPidana, yaitu maksimal 1 tahun 4 bulan juga menjadi alasan KUHPidana lebih disukai untuk digunakan. Seharusnya, aparat penegak hukum dapat memisahkan mana tindak pidana pencemaran nama baik yang masuk domain KUHPidana dan mana yang masuk domain UU Pers. Ketika berkaitan dengan pemberitaan pers, maka hendaknya UU Perslah yang digunakan, karena ia bersifat lebih khusus (*lex specialis*).

Namun, Undang-Undang Pers sendiri memiliki kelemahan, di antaranya, tidak diatur tentang kualifikasi delik. Hal ini akan menimbulkan masalah yuridis, misalnya, jika terjadi percobaan dan pembantuan tindak pidana. Apabila kembali ke KUHPidana sebagai sistem induk akan mengalami kesulitan karena dalam KUHPidana ada kualifikasi delik. Undang-Undang Pers pun hanya mengatur siapa yang dapat dipertanggungjawabkan, tetapi kapan korporasi/badan hukum

dikatakan melakukan tindak pidana tidak disebutkan dengan jelas. Sanksi denda bagi korporasi tidak disertai dengan pedoman pemidanaan, seperti jika tidak terbayarnya denda tersebut.

Ketentuan pidana dalam UU Pers menganut sistem perumusan alternatif dan tunggal. Kedua sistem ini bersifat kaku dan imperatif, sehingga dapat menimbulkan masalah apabila diterapkan terhadap badan hukum/korporasi. Oleh karena itu, lebih tepat digunakan sistem alternatif-kumulatif agar dapat memberikan fleksibilitas bagi hakim untuk memilih pidana yang tepat bagi pelaku, baik untuk orang maupun korporasi. Untuk jenis sanksi pidananya hanya pidana penjara dan denda, sedangkan untuk sanksi administrasi atau tindakan tidak diatur. Padahal dalam Undang-Undang Pers ini, lebih banyak mengatur subjek tindak pidana berupa korporasi, tetapi sanksinya hanya denda tanpa ada pidana tambahan maupun sanksi administrasi.

Selain itu, ketika terjadi tindakan pelanggaran yang dilakukan pers, baik yang dilakukan insan pers maupun lembaga persnya, tidak serta merta harus dilaksanakan melalui jalur pengadilan. Menurut Gultom (Haryadi, 2011)¹², jika ada pihak terkait menanggapi suatu pemberitaan, penulis meminta pers terbuka, menerima dan memuat beritanya, sekaligus meminta maaf seperti yang pernah dilakukan oleh Pimpinan Redaksi Sinar Indonesia Baru (SIB) yang memuat *Karikatur Nasib Suar-Sair* dan Pimpinan Redaksi Denmark Jyllands-Posten atas penerbitan kartun Nabi Muhammad, sehingga persoalan itu tak perlu diselesaikan secara pro-yustisia hingga ke pengadilan. Cukuplah diselesaikan lewat klarifikasi pemberitaan sebagaimana diatur dalam pasal 5 ayat (2) dan (3) UU Pers. Namun, jika perusahaan pers tak mau melayani hak jawab maupun koreksi, pihak yang merasa dirugikan dapat menggugatnya secara perdata menggunakan UU Pers, dengan hukuman denda paling banyak Rp500 juta.

Memang, selain dalam KUHPidana, ketentuan yang berimbas pada sanksi pidana terdapat juga dalam sejumlah undang-undang yang berkaitan dengan kehidupan pers, di antaranya dalam Undang-Undang No. 40 tahun 1999 pada Pasal 18 ayat (2), *perusaan pers yang melanggar ketentuan pasal 5 ayat (1) dan (2): "Pers Nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah; pers wajib melayani Hak Jawab", Pasal 13: "Perusahaan pers dilarang memuat iklan: a. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat; b.*

minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat aditif lainnya; c. peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok”, dipidana dengan pidana denda paling banyak lima ratus juta.

Dalam penjelasan Pasal 5 ayat (1) ditambahkan, pers nasional harus menyiarkan informasi, tidak menghakimi atau membuat kesimpulan kesalahan seseorang, terlebih lagi untuk kasus-kasus yang masih dalam proses peradilan, serta dapat mengakomodasikan kepentingan semua pihak yang terkait dalam pemberitaan tersebut.

Kemudian pada ayat (3)-nya disebutkan, *Perusahaan pers yang melanggar ketentuan Pasal 9 ayat (2); “Setiap perusahaan pers harus membentuk badan hukum Indonesia”, dan Pasal 12: “Perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat, dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan; khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan”, dipidana dengan pidana denda paling banyak seratus juta rupiah.*

Dalam penjelasan Pasal 12 ditegaskan yang dimaksud dengan pengumuman secara terbuka dilakukan dengan cara: a. media cetak memuat kolom nama, alamat, dan penanggungjawab penerbitan serta nama dan alamat percetakan; b. media elektronik menyiarkan nama, alamat, dan penanggungjawabnya pada awal dan akhir setiap siaran karya jurnalistik; c. media lainnya menyesuaikan dengan bentuk, sifat, dan karakter media yang bersangkutan.

Pengumuman tersebut sebagai wujud pertanggungjawaban atas karya jurnalistik yang diterbitkan atau disiarkan. Yang dimaksud dengan penanggung jawab adalah penanggung jawab perusahaan pers yang meliputi bidang usaha dan bidang redaksi.

Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 pun terdapat ketentuan pidana, yakni pada Bab X Pasal 57, 58, dan 59. Pasal 57 menjelaskan, Dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak sepuluh milyar rupiah untuk penyiaran televisi, setiap orang yang: a melanggar pasal 17 ayat (3): ‘Lembaga Penyiaran Swasta wajib memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memiliki saham perusahaan dan memberikan bagian laba perusahaan.’ B. melanggar pasal 18 ayat (2): ‘Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan Media Cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi. c. melanggar pasal 30 ayat (1): ‘Lembaga penyiaran asing dilarang didirikan di

Indonesia'. d. melanggar pasal 36 ayat (5): 'Isi siaran dilarang a) bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong, b) menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, pengalahgunaan narkoba, dan obat terlarang atau c) mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan'. e. melanggar pasal 36 ayat (6): 'Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia atau merusak hubungan internasional."

Pasal 58-nya berbunyi, "Dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak lima ratus juta rupiah untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak lima milyar rupiah untuk penyiaran televisi, setiap orang yang : a. melanggar Pasal 18 ayat (1): 'Pemusatan kepentingan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, dibatasi'. b. melanggar pasal 33 ayat (1): 'Sebelum menyelenggarakan kegiatannya lembaga penyiaran wajib memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran'. c. melanggar pasal 34 ayat (4): 'Izin penyelenggaraan penyiaran dilarang dipindahtangankan kepada pihak lain'. d. melanggar pasal 46 ayat (3): 'Siaran iklan niaga dilarang melakukan: a) promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideology pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideology lain, pribadi lain, atau kelompok lain, b) promosi minuman keras atas sejenisnya dan bahan atau zat aditif, c) promosi rokok yang memperagakan wujud eokok, d) hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama dan/atau e) eksploitasi anak di bawah umur 18 tahun."

Pasal 59 juga menyebutkan, "Setiap orang yang melanggar ketentuan pasal 46 ayat (10): 'waktu siaran lembaga penyiaran dilarang dibeli oleh siapapun untuk kepentingan apapun, kecuali untuk siaran iklan', dipidana dengan pidana denda paling banyak dua ratus juta rupiah untuk radio dan dua milyar rupiah untuk siaran televisi.

Kemudian, dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik pun terdapat sejumlah pasal pidana. Dalam pasal 45 ayat (1) disebutkan, setiap orang dengan sengaja tanpa hak mendistribusikan dan/atau menransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar *kesusilaan, perjudian, penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, pemerasan dan/atau pengancaman* (Pasal 27), dipidana dengan pidana penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah.

BAB XII

DEWAN PERS

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang aturan-aturan yang terkait dengan eksistensi Dewan Pers, termasuk di dalamnya hak, kewajiban, tugas, dan wewenang Dewan Pers dalam memperkuat kegiatan Jurnalistik yang dilakukan oleh Wartawan, sehingga pelayanan informasi yang diberikannya lebih optimal.

B. Dewan Pers¹³

Sentralisasi penyelenggaraan kekuasaan sepanjang sejarah Orde Baru telah melahirkan pemerintahan yang sangat kuat dan sulit ditandingi oleh unsur-unsur yang merepresentasikan publik. Tidak ada kekuatan politik alternatif yang mampu mengontrol kekuasaan pemerintah saat itu, sehingga tumbuh suburlah struktur dan kultur birokrasi yang cenderung otoriter dan tidak punya cukup kepekaan terhadap kepentingan-kepentingan publik.

Sebagai alternatif untuk mengurai sentralisasi kekuasaan itu, gerakan reformasi melahirkan lembaga-lembaga negara independen (*state auxiliary agencies*). Nama lembaga independen tersebut bermacam-macam, seperti, Komisi Pemilihan Umum (KPU), Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Dewan Pers, dan lain-lain. Lingkup kerja dan otoritasnya berbeda-beda, tetapi mereka dilahirkan dengan tujuan yang sama: melembagakan proses *check and balances* kekuasaan, melahirkan struktur politik di mana proses penyelenggaraan pemerintahan terdesentralisasi, transparan, dan memungkinkan partisipasi publik secara demokratis.

Salah satu hal yang penting tersurat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers adalah eksistensi Dewan Pers. Hal itu tersurat langsung dalam Bab V Pasal 15. Pada pasal tersebut dijelaskan bahwa: (1) Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers, meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen; (2) Dewan Pers melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut: a. melindungi kemerdekaan Pers dari campur tangan kehidupan pers; b. melakukan pengkajian untuk mengembangkan kehidupan pers; c. menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik; d. memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers; e.

mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah; f. memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan; dan g. mendata perusahaan pers.

Anggota Dewan Pers terdiri dari: a. wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan; b. pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers; c. tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan komunikasi, dan bidang-bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.

Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers dipilih dari dan oleh anggota. Keanggotaan Dewan Pers ditetapkan dengan Keputusan Presiden. Keanggotaan Dewan Pers berlaku untuk masa tiga tahun dan sesudah itu hanya dapat dipilih kembali untuk satu periode berikutnya. Sementara itu, sumber pembiayaan Dewan Pers berasal dari : a. organisasi pers; b. perusahaan pers; c. bantuan dari negara dan bantuan lain yang tidak mengikat.

1. Sejarah Dewan Pers

Sebenarnya, eksistensi Dewan Pers cukup lama, tidak ada karena dorongan era reformasi, tetapi sudah terkonsep sejak jaman Pemerintahan Orde Lama. Dewan Pers pertama kali dibentuk tahun 1968. Pembentukannya berdasar Undang-Undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers yang ditandatangani Presiden Soekarno, 12 Desember 1966. Dewan Pers kala itu, sesuai Pasal 6 ayat (1) UU No.11/1966, berfungsi mendampingi pemerintah, bersama-sama membina pertumbuhan dan perkembangan pers nasional. Ketua Dewan Pers dijabat oleh Menteri Penerangan (Pasal 7 ayat (1)).

Pemerintahan Orde Baru --- melalui Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967, yang ditandatangani Presiden Soeharto 20 September 1982--- tidak banyak mengubah keberadaan Dewan Pers. Kedudukan dan fungsinya sama: lebih menjadi penasihat pemerintah, khususnya kantor Departemen Penerangan. Menteri Penerangan tetap merangkap sebagai Ketua Dewan Pers.

Perubahan yang terjadi, menurut UU No. 21 Tahun 1982 tersebut, adalah penyebutan dengan lebih jelas keterwakilan berbagai unsur dalam keanggotaan Dewan Pers. Pasal 6 ayat (2) UU No. 21 Tahun 1982 menyatakan, "Anggota Dewan Pers terdiri dari wakil organisasi pers, wakil Pemerintah dan wakil masyarakat dalam hal ini ahli-ahli di bidang pers serta ahli-ahli di bidang lain". Undang-Undang sebelumnya hanya

menjelaskan, “anggota Dewan Pers terdiri dari wakil-wakil organisasi pers dan ahli-ahli dalam bidang pers”.

Perubahan fundamental terjadi pada tahun 1999, seiring dengan terjadinya pergantian kekuasaan dari Orde Baru ke Orde Reformasi. Melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers yang diundangkan 23 September 1999 dan ditandatangani oleh Presiden Bacharudin Jusuf Habibie, Dewan Pers berubah menjadi Dewan Pers (yang) Independen. Pasal 15 ayat (1) UU Pers menyatakan “Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen”.

Fungsi Dewan Pers Independen tidak lagi menjadi penasehat pemerintah, tetapi pelindung kemerdekaan pers. Hubungan struktural antara Dewan Pers dengan pemerintah diputus, terutama sekali dipertegas dengan pembubaran Departemen Penerangan oleh Presiden Abdurrahman Wahid. Tidak lagi ada wakil pemerintah dalam keanggotaan Dewan Pers seperti yang berlangsung selama masa Orde Lama dan Orde Baru. Meskipun pengangkatan anggota Dewan Pers tetap melalui Keputusan Presiden, tetapi tidak ada lagi campur tangan pemerintah terhadap institusi maupun keanggotaan Dewan Pers yang independen. Jabatan Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers tidak lagi dicantumkan dalam Keputusan Presiden, tetapi diputuskan oleh seluruh anggota Dewan Pers dalam Rapat Pleno.

Anggota Dewan Pers yang independen, menurut UU Pers Pasal 15 ayat (3), dipilih secara demokratis setiap tiga tahun sekali, yang terdiri dari: “(a) Wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan; (b) Pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers; dan (c) Tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi, dan bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers”

Untuk menjalankan tugasnya, Dewan Pers dilengkapi dengan komisi-komisi, yakni: Pertama, **Komisi Pengaduan Masyarakat yang merupakan** penjabaran dari Pasal 15 Ayat (2) Huruf c: “Menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik,” dan Pasal 15 Ayat (2) Huruf d: “Memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers.”

Kedua, Komisi Hukum yang merupakan penjabaran dari Pasal 15 Ayat (2) Huruf a: “Melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain” dan Pasal 15 Ayat (2) Huruf f: “Memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers.”

Ketiga, Komisi Pengembangan Profesi Wartawan, Penelitian dan Pendataan Perusahaan Pers yang merupakan penjabaran dari Pasal 15 Ayat (2) Huruf b: "Melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers," Pasal 15 Ayat (2) Huruf f: "...meningkatkan kualitas profesi kewartawanan," dan Pasal 15 Ayat (2) Huruf g: "Mendata perusahaan pers."

Keempat, Komisi Hubungan Antarlembaga dan Luar Negeri yang merupakan penjabaran dari Pasal 15 Ayat (2) Huruf e: "Mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah."

2. Prosedur Pengaduan Masyarakat`

Kemerdekaan pers adalah salah satu bentuk jaminan terhadap hak untuk mendapatkan, mengolah dan menyampaikan informasi yang merupakan hak asasi manusia, yang harus dijamin sepenuhnya oleh negara. Kemerdekaan pers pun merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi, hak asasi manusia dan supremasi hukum

Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan untuk meningkatkan kehidupan pers nasional dibentuk Dewan Pers yang independen, untuk melindungi kemerdekaan pers, menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik serta memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers. Oleh karena itu, dalam rangka mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik, Dewan Pers menerima dan memproses pengaduan serta menindaklanjuti informasi dari masyarakat menyangkut dugaan adanya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dan prinsip-prinsip kemerdekaan pers, Dewan Pers menyusun prosedur pengaduan.

Dewan Pers menerima pengaduan menyangkut : a. Karya jurnalistik, perilaku, dan atau tindakan wartawan yang terkait dengan kegiatan jurnalistik; b. Kekerasan terhadap wartawan dan atau perusahaan pers; c. Iklan sebagaimana diatur di dalam Pasal 13 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan peraturan perundangan yang berlaku. Karya jurnalistik yang bisa diadukan adalah karya yang diterbitkan atau disiarkan selama-lamanya 2 (dua) bulan sebelumnya, kecuali untuk kasus khusus yang menyangkut kepentingan umum.

Dewan Pers tidak menangani pengaduan yang sudah diajukan ke kepolisian atau pengadilan, kecuali pihak pengadu bersedia mencabut pengaduannya ke kepolisian atau pengadilan untuk diselesaikan oleh Dewan Pers dan atau kepolisian menyerahkan penyelesaian kasus tersebut ke Dewan Pers.

Jika terkait karya jurnalistik, teradu adalah penanggung jawab media. Pengadu mengajukan karya jurnalistik yang diduga melanggar Undang-Undang Pers dan atau Kode Etik Jurnalistik. Jika terkait kegiatan jurnalistik, teradu adalah wartawan beserta penanggung jawab media yang bersangkutan. Pengadu mengajukan bukti kegiatan jurnalistik yang diduga melanggar Undang-Undang Pers dan atau Kode Etik Jurnalistik.

Pengadu sedapat mungkin berhubungan langsung dengan Dewan Pers. Kehadiran kuasa dapat diterima jika dilengkapi surat kuasa. Jika dalam proses penanganan pengaduan dibutuhkan kehadiran pihak media yang diadukan, maka yang hadir adalah penanggung jawab atau yang mewakili dengan dilengkapi surat tugas.

Pengaduan dapat diajukan secara tertulis atau dengan mengisi formulir pengaduan yang disediakan oleh Dewan Pers. Pengadu wajib mencantumkan identitas diri. Pengaduan ditujukan kepada Dewan Pers, alamat Gedung Dewan Pers Lantai 7-8, Jalan Kebon Sirih No. 32-34, Jakarta 10110. Telepon: 021-3504875, 77, faksimili: 021-3452030, surel: pengaduan@dewanpers.or.id. Berkas pengaduan yang diberikan kepada Dewan Pers pada prinsipnya bersifat terbuka, kecuali Dewan Pers menentukan lain. Pengaduan terhadap media cetak, lembaga penyiaran, dan media siber menyebutkan nama media, tanggal edisi penerbitan/publikasi, judul tulisan/program siaran, alamat laman detail artikel untuk media siber, atau deskripsi foto dan ilustrasi yang dipersoalkan dengan melampirkan dokumen atau data pendukung serta, jika ada, bukti komunikasi menyangkut berita yang dipersoalkan dengan media bersangkutan.

Penanganan pengaduan dilakukan di Sekretariat Dewan Pers atau di tempat lain yang ditetapkan Dewan Pers. Proses penanganan pengaduan mulai dilakukan paling lambat 14 (empat belas) hari kerja sejak pengaduan diterima. Perkembangan penanganan pengaduan diumumkan di website Dewan Pers.

Pengaduan gugur apabila: a. Pengadu tidak menanggapi 2 (dua) kali surat atau panggilan Dewan Pers. b. Pengadu mencabut pengaduannya. Pengadu yang pengaduannya gugur, tidak bisa mengadu lagi untuk kasus yang sama. Dewan Pers tetap memproses pemeriksaan meskipun pihak teradu sudah 2 (dua) kali dikirim surat, tidak membalas atau dipanggil, tidak datang. Dewan Pers dalam menangani pengaduan dapat mengundang dan meminta keterangan dari pengadu dan penanggung jawab media yang diadukan. Dewan Pers dalam menangani pengaduan dapat meminta pendapat pakar.

Dewan Pers melakukan pemeriksaan atas bukti dan keterangan dari pengadu dan teradu untuk mengeluarkan keputusan. Dewan Pers

dapat menyelesaikan pengaduan melalui mekanisme surat-menyurat, mediasi dan atau ajudikasi. Hasil mediasi para pihak dituangkan dalam Hasil Penyelesaian Pengaduan dan ditandatangani oleh para pihak. Hasil mediasi prinsipnya bersifat tertutup, kecuali para pihak sepakat untuk terbuka.

Jika mediasi tidak mencapai kesepakatan, Dewan Pers akan mengeluarkan Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi. Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi ditetapkan melalui Rapat Pleno dan disampaikan kepada pengadu dan teradu serta diumumkan secara terbuka.

Pengadu melaksanakan Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi. Teradu wajib melaksanakan isi Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi pada kesempatan pertama. Teradu wajib memuat atau menyiarkan Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi di media bersangkutan. Jika Perusahaan Pers tidak mematuhi Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi, Dewan Pers akan mengeluarkan pernyataan terbuka khusus untuk itu. Apabila putusan Dewan Pers berisi rekomendasi pemuatan hak jawab tidak dilaksanakan oleh perusahaan pers, dapat berlaku ketentuan Pasal 18 ayat (2) UU Pers.

3. Kasus Ditangani Dewan Pers

Tugas utama Dewan Pers adalah menerima pengaduan masyarakat menyangkut materi karya jurnalistik dan membantu mengupayakan penyelesaian sengketa antara masyarakat dan pers. Pengaduan merujuk pada masyarakat yang merasa dirugikan akibat karya jurnalistik, meliputi: berita, laporan, editorial, gambar (foto, ilustrasi, termasuk karikatur). Soal pelanggaran etika pers, perlindungan wartawan atas serangan, tekanan, atau perlakuan tidak adil oleh aparat; permintaan menjadi saksi ahli; pengaduan atas pemanggilan wartawan oleh kepolisian, pengaduan menyelesaikan sengketa antarmedia pers atau sengketa industrial.

Dalam menangani pengaduan pelanggaran kode etik, Dewan Pers bertindak sebagai mediator antara masyarakat dan pers melalui **mediasi**. Jika musyawarah tidak membuahkan hasil, penyelesaian dilakukan dengan mengeluarkan pernyataan penilaian dan rekomendasi (PPR). Penanganan pengaduan komunitas pers karena tekanan atau ancaman yang secara umum dinilai berpotensi menghambat kemerdekaan pers, merupakan upaya advokasi.

Berikut beberapa kasus yang pernah ditangani Dewan Pers.

1. Pengaduan Keluarga Sadipun terhadap harian Pos Kupang untuk berita berjudul: Sadipun Jadi Tahanan Kota, yang

dimuat pada edisi 11 Juli 2008. Dewan Pers menilai tidak terdapat pelanggaran etika dalam berita tersebut. Harian Pos Kupang menggunakan standar jurnalistik dan tidak beritikad buruk. Dewan Pers mengeluarkan PPR, karena pihak pengadu menuntut uang kompensasi dan mengancam menggugat secara hukum jika tidak dipenuhi.

2. Pelanggaran Kode Etik dengan bobot pelanggaran **kesengajaan** atau **kelalaian**. Jika kelalaian hukumnya melayani hak jawab. Jika kesengajaan harus meminta maaf. Misalnya, berita tabloid Bidik Kasus berjudul: Staf Kantor Catatan Sipil Tg Balai Peras Warga Tak Mampu (edisi 11 Februari 2008), dinilai Dewan Pers sengaja untuk mencemarkan nama baik pengadu. Rekomendasi serupa dikeluarkan Dewan Pers terhadap tabloid Toentas atas berita berjudul: Kirno Ber-KKN Ria. Penyerapan Anggaran Genset Walkot Jaksel Misterius, edisi 19 November-2 Desember 2008. Berita tersebut dinilai bersifat menghakimi.
3. Dewan Pers adakalanya menegur langsung. Dewan Pers menegur keras harian Radar Banjarmasin atas penerbitan yang memuat foto sadisme :Memperlihatkan seseorang gantung diri (dalam posisi masih menggantung) berita berjudul: Bujangan Tewas Gantung Diri. Memperlihatkan pemuda yang tewas dengan tubuh penuh darah yang berceceran.
4. MA mengadu ke Dewan Pers: Laporan Tabloid Mahkamah berjudul: Mahkamah Agung Dijajah Australia. Dalam berita itu, menggunakan kata-kata yang dinilai merendahkan instansi MA : “obok-obok” dan “dijajah”. Setelah mediasi: Tabloid Mahkamah bersedia mencabut berita tersebut disertai permintaan maaf. Mahkamah juga bersedia memuat koreksi di halaman sampul dan memuat hak jawab dari MA.
5. Edison mengadu ke Dewan Pers atas liputan empat penerbitan, yaitu: Pos Kota atas tulisan berjudul Wanita Diborgol Mantan Suami; Warta Kota berjudul: Tangan Diborgol, Wanita Dikeroyok, Pelaku Eks Suami; Lampu Hijau berjudul: Limery Tobing (57 tahun) Babak Belur Dihajar Mantan Suami, dan Tabloid Nova berjudul: Dari Amerika Menjemput Petaka. Natal Kali Ini Penuh Kepedihan. Keempat penerbitan itu menulis berita secara tidak berimbang dan bersifat menghakimi. Sumber berita hanya berdasarkan keterangan mantan isterinya, Lameria, tanpa melakukan

verifikasi dan klarifikasi kepadanya. Dewan Pers memediasi dan dicapai kesepakatan ketiga surat kabar tersebut bersedia memuat Hak Jawab dari Edison disertai permintaan maaf, sementara Nova memberikan kesempatan wawancara satu halaman penuh kepada Edison.

6. **Mengadukan Media On-line.** Dewan Pers mediasi: Reno Iskandarsyah SH, MH dari Kantor Advocates & Legal Consultan Iskandarsyah & Partners, mengadu ke Dewan Pers sehubungan berita Hukumonline berjudul: Takut Klien Jadi Tersangka, Advokat Rela Menyuap. Hukumonline mengakui kesalahan bahwa beritanya menghakimi, tidak melakukan verifikasi, dan tidak melakukan cek dan recheck. (1) Hukumonline bersedia mencabut berita. (2) Hukumonline bersedia meminta maaf.
7. Djoko Edhi S Abdurrahman, S.H. mengadukan Detik.Com berjudul: Bahrudin: makelar jual beli nomor caleg PPP . Menurut Djoko Edhi telah merugikan dirinya baik secara moril maupun materiil (sebesar Rp 20 miliar). Djoko Edhi selain mengadu ke Dewan Pers juga menyusun gugatan untuk diajukan ke pengadilan.
8. Pornografi dan Media Khusus Dewasa. Dewan Pers mendapat aduan menjamur media yang sengaja mengeksploitasi seks untuk kepentingan komersial. Dewan Pers membuat surat kepada Kapolri untuk menindak tegas sesuai dengan amanat undang-undang. Dewan Pers menegaskan, pornografi bukan bagian dari pers. Secara etika, isi majalah atau koran-koran tersebut jelas melanggar Pasal 4 Kode Etik Jurnalistik, seperti kasus harian Lampu Merah. Dewan Pers memanggil Pemimpin Redaksi Lampu Merah sehubungan tulisan berjudul: Noni si Nona Nikmat Menghilangkan Penat di Otakku. Lampu Merah bisa dikenai pasal-pasal KUHP tentang pelanggaran kesusilaan. Lampu Merah bersedia mematuhi teguran Dewan Pers, yang menegaskan bahwa (1) tulisan itu mengandung pornografi dan tidak layak dimuat di media massa. (2) Meminta maaf kepada masyarakat atas pemuatan tulisan tersebut.
9. MUI mengadukan 9 majalah dewasa. Dewan Pers menyiapkan peraturan distribusi media khusus dewasa. Peraturan distribusi media khusus dewasa antara lain mengatur tentang pemberian sampul penutup untuk cover

majalah, serta pelarangan menjual majalah dewasa di tempat-tempat tertentu.

10. Perilaku Wartawan Bodrex: “wartawan” yang terlibat narkoba dan kekerasan. Dewan Pers menyarankan pihak pengadu untuk melapor ke polisi, dan Dewan Pers mengirim surat ke Kapolri agar tidak ragu-ragu menindak praktek wartawan bodrex.. Kasus-kasus wartawan bodrex atau media preman, sesungguhnya bukan menjadi wilayah Dewan Pers, mengingat praktek mereka bukan terkait dengan jurnalisme, melainkan untuk memperoleh keuntungan pribadi dengan cara-cara tidak terpuji.

BAB XIII

KOMISI PENYIARAN INDONESIA

C. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang aturan-aturan yang terkait dengan eksistensi Komisi Penyiaran Indonesia, termasuk di dalamnya hak, kewajiban, tugas, dan wewenang Komisi Penyiaran Indonesia dalam memperkuat kegiatan Jurnalistik yang dilakukan oleh Wartawan Televisi, sehingga pelayanan informasi yang diberikannya lebih optimal.

D. Komisi Penyiaran Indonesia¹⁴

Selain Dewan Pers, ada juga lembaga lainnya yang juga konsen dalam upaya pengawasan karya jurnalistik di media massa, terutama media penyiaran, yakni Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, terdapat 7 pasal yang khusus mengatur tentang kedudukan, pembentukan, fungsi, tugas, dan wewenang KPI, yakni Pasal 6 sampai Pasal 12. Secara ringkas isi pasal tersebut menyuratkan sebagai berikut:

Penyiaran diselenggarakan dalam satu sistem penyiaran nasional. Dalam sistem penyiaran nasional tersebut, Negara menguasai spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk penyelenggaraan penyiaran guna sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Untuk penyelenggaraan penyiaran, dibentuk sebuah komisi penyiaran.

Komisi penyiaran tersebut disebut Komisi Penyiaran Indonesia, disingkat KPI. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran. KPI terdiri atas KPI Pusat dibentuk di tingkat pusat dan KPI Daerah dibentuk di tingkat provinsi. Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, KPI Pusat diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan KPI Daerah diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.

KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi memwadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran. Dalam menjalankan fungsinya, KPI mempunyai wewenang: a. menetapkan standar program siaran; b. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; c. mengawasi pelaksanaan peraturan dan

pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; d. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; e. melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

KPI mempunyai tugas dan kewajiban : a. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; b. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; c. ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait; d. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang; e. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan f. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Anggota KPI Pusat berjumlah 9 (sembilan) orang dan KPI Daerah berjumlah 7 (tujuh) orang. Ketua dan Wakil Ketua KPI dipilih dari dan oleh anggota. Masa jabatan ketua, wakil ketua dan anggota KPI Pusat dan KPI Daerah 3 (tiga) tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. KPI dibantu oleh sebuah sekretariat yang dibiayai oleh negara. Dalam melaksanakan tugasnya, KPI dapat dibantu oleh tenaga ahli sesuai dengan kebutuhan. Pendanaan KPI Pusat berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan pendanaan KPI Daerah berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

Untuk dapat diangkat menjadi anggota KPI harus dipenuhi syarat sebagai berikut: a. warga negara Republik Indonesia yang bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa; b. setia kepada Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; c. berpendidikan sarjana atau memiliki kompetensi intelektual yang setara; d. sehat jasmani dan rohani; e. berwibawa, jujur, adil, dan berkelakuan tidak tercela; f. memiliki kepedulian, pengetahuan dan/atau pengalaman dalam bidang penyiaran; g. tidak terkait langsung atau tidak langsung dengan kepemilikan media massa; h. bukan anggota legislatif dan yudikatif; i. bukan pejabat pemerintah; dan j. nonpartisan.

Anggota KPI Pusat dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan KPI Daerah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi atas usul masyarakat melalui uji kepatutan dan kelayakan secara terbuka. Anggota KPI Pusat secara administratif ditetapkan oleh Presiden atas usul Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan anggota KPI Daerah secara administratif ditetapkan oleh Gubernur atas usul Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.

Anggota KPI berhenti karena: a. masa jabatan berakhir; b. meninggal dunia; c. mengundurkan diri; d. dipidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang memperoleh kekuatan hukum tetap; atau e. tidak lagi memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Apabila anggota KPI berhenti dalam masa jabatannya yang bersangkutan digantikan oleh anggota pengganti sampai habis masa jabatannya. Penggantian anggota KPI Pusat secara administratif ditetapkan oleh Presiden atas usul Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan anggota KPI Daerah secara administratif ditetapkan oleh Gubernur atas usul Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.

1. Sejarah Komisi Penyiaran Indonesia

Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 merupakan dasar utama bagi pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan.

Berbeda dengan semangat dalam undang-undang penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-Undang No. 24 Tahun 1997 pasal 7 yang berbunyi "Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah", menunjukkan bahwa penyiaran pada masa itu merupakan bagian dari instrumen kekuasaan yang digunakan untuk semata-mata bagi kepentingan pemerintah.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Sebesar-besarnya bagi kepentingan publik artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan informasi publik yang sehat. Informasi terdiri dari bermacam-macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, ilmu pengetahuan, dan lain-lain. Dasar dari fungsi pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yaitu *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan).

Kedua prinsip tersebut menjadi landasan bagi setiap kebijakan yang dirumuskan oleh KPI. Pelayanan informasi yang sehat berdasarkan *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sementara itu, *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan) adalah jaminan bahwa kepemilikan media

massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. Prinsip *Diversity of Ownership* juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia.

Apabila ditelaah secara mendalam, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran lahir dengan dua semangat utama, pertama pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan karena penyiaran merupakan ranah publik dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal dalam semangat otonomi daerah dengan pemberlakuan sistem siaran berjaringan.

Oleh karena itu, sejak disahkannya Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 terjadi perubahan fundamental dalam pengelolaan sistem penyiaran di Indonesia. Perubahan paling mendasar dalam semangat UU tersebut adalah adanya *limited transfer of authority* dari pengelolaan penyiaran yang selama ini merupakan hak eksklusif pemerintah kepada sebuah badan pengatur independen (*Independent regulatory body*) bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Independen dimaksudkan untuk mempertegas bahwa pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan yang bebas dari intervensi modal maupun kepentingan kekuasaan. Belajar dari masa lalu dimana pengelolaan sistem penyiaran masih berada di tangan pemerintah (waktu itu rejim Orde Baru), sistem penyiaran sebagai alat strategis tidak luput dari kooptasi negara yang dominan dan digunakan untuk melanggengkan kepentingan kekuasaan. Sistem penyiaran pada waktu itu tidak hanya digunakan untuk mendukung hegemoni rejim terhadap publik dalam penguasaan wacana strategis, tapi juga digunakan untuk mengambil keuntungan dalam kolaborasi antara segelintir elit penguasa dan pengusaha.

Terjemahan semangat yang kedua dalam pelaksanaan sistem siaran berjaringan adalah, setiap lembaga penyiaran yang ingin menyelenggarakan siarannya di suatu daerah harus memiliki stasiun lokal atau berjaringan dengan lembaga penyiaran lokal yang ada di daerah tersebut. Hal ini untuk menjamin tidak terjadinya sentralisasi dan monopoli informasi. Selain itu, pemberlakuan sistem siaran berjaringan juga dimaksudkan untuk merangsang pertumbuhan ekonomi daerah dan menjamin hak sosial-budaya masyarakat lokal. Selama ini sentralisasi lembaga penyiaran berakibat pada diabaikannya hak sosial-budaya masyarakat lokal dan minoritas. Padahal masyarakat lokal juga berhak untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan politik, sosial dan budayanya. Di samping itu keberadaan lembaga

penyiaran sentralistis yang telah mapan dan berskala nasional semakin menghimpit keberadaan lembaga-lembaga penyiaran lokal untuk dapat mengembangkan potensinya secara lebih maksimal. Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 dalam semangatnya melindungi hak masyarakat secara lebih merata.

Dalam pelaksanaan tugasnya, KPI dibantu oleh sekretariat tingkat eselon II yang stafnya terdiri dari staf pegawai negeri sipil serta staf profesional non-PNS. KPI merupakan wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran harus mengembangkan program-program kerja hingga akhir kerja dengan selalu memperhatikan tujuan yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 Pasal 3: "Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia."

Untuk mencapai tujuan tersebut, organisasi KPI dibagi menjadi tiga bidang, yaitu bidang kelembagaan, struktur penyiaran dan pengawasan isi siaran. Bidang kelembagaan menangani persoalan hubungan antar kelembagaan KPI, koordinasi KPID serta pengembangan kelembagaan KPI. Bidang struktur penyiaran bertugas menangani perizinan, industri dan bisnis penyiaran. Bidang pengawasan isi siaran menangani pemantauan isi siaran, pengaduan masyarakat, advokasi dan literasi media.

2. Pengawasan Kegiatan Jurnalistik

Undang-Undang Penyiaran menegaskan bahwa dalam menjalankan fungsinya, KPI memiliki lima kewenangan, dua di antaranya menetapkan dan menyusun regulasi penyiaran sebagai penjabaran dari substansi Undang-Undang Penyiaran. Regulasi yang dimaksud adalah Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang disingkat P3 SPS.

Khusus berkaitan dengan kegiatan Jurnalistik, pada Pasal 42 Undang-Undang Penyiaran ditegaskan bahwa Wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk mengimplementasikan substansi pasal tersebut, KPI menyuratkannya dalam Peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peratuaran KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.

Dalam Pedoman Perilaku Penyiaran yang terkait dengan kegiatan Jurnalistik tersurat pada Bab XVIII tentang Prinsip-Prinsip Jurnalistik yang terdiri dari lima pasal yang secara ringkas isinya sebagai berikut:

Lembaga penyiaran wajib menjalankan dan menjunjung tinggi idealisme jurnalistik yang menyajikan informasi untuk kepentingan publik dan pemberdayaan masyarakat, membangun dan menegakkan demokrasi, mencari kebenaran, melakukan koreksi dan kontrol sosial, dan bersikap independen.

Lembaga penyiaran wajib menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistik, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan, serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.

Lembaga penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS). Lembaga penyiaran wajib menerapkan prinsip praduga tak bersalah dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik. Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dalam proses produksi program siaran jurnalistik untuk tidak dipengaruhi oleh pihak eksternal maupun internal termasuk pemodal atau pemilik lembaga penyiaran.

Lembaga penyiaran dapat melakukan pencegahan di ruang publik maupun ruang privat. Narasumber berhak menolak untuk berbicara dan/atau diambil gambarnya saat terjadi pencegahan. Lembaga penyiaran tidak boleh menggunakan hak penolakan narasumber sebagai alat untuk menjatuhkan narasumber atau objek dari suatu program siaran. Lembaga penyiaran tidak boleh melakukan pencegahan dengan tujuan menambah efek dramatis pada program faktual. Pencegatan dilakukan dengan tidak menghalang-halangi narasumber untuk bergerak bebas.

Lembaga penyiaran dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik tentang terorisme: a. wajib menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi secara lengkap dan benar; b. tidak melakukan labelisasi berdasarkan suku, agama, ras, dan/atau antargolongan terhadap pelaku, kerabat, dan/atau kelompok yang diduga terlibat; dan c. tidak membuka dan/atau mendramatisir identitas kerabat pelaku yang diduga terlibat.

Lembaga penyiaran dalam peliputan dan/atau menyiarkan program yang melibatkan pihak-pihak yang terkena musibah bencana

wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut: a. melakukan peliputan subjek yang tertimpa musibah dengan wajib mempertimbangkan proses pemulihan korban dan keluarganya; b. tidak menambah penderitaan ataupun trauma orang dan/atau keluarga yang berada pada kondisi gawat darurat, korban kecelakaan atau korban kejahatan, atau orang yang sedang berduka dengan cara memaksa, menekan, dan/atau mengintimidasi korban dan/atau keluarganya untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya; c. menyiarkan gambar korban dan/atau orang yang sedang dalam kondisi menderita hanya dalam konteks yang dapat mendukung tayangan; d. tidak mengganggu pekerja tanggap darurat yang sedang bekerja menolong korban yang kemungkinan masih hidup; dan e. tidak menggunakan gambar dan/atau suara korban bencana dan/atau orang yang sedang dalam kondisi menderita dalam *filler, bumper, ramp* yang disiarkan berulang-ulang.

Lembaga penyiaran yang melakukan peliputan program jurnalistik dengan menggunakan rekaman tersembunyi wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut: a. memiliki nilai kepentingan publik yang tinggi dan kepentingannya jelas; b. dilakukan di ruang publik; c. digunakan untuk tujuan pembuktian suatu isu dan/atau pelanggaran yang berkaitan dengan kepentingan publik; d. dilakukan jika usaha untuk mendapatkan informasi dengan pendekatan terbuka tidak berhasil; e. tidak disiarkan secara langsung; dan f. tidak melanggar privasi orang-orang yang kebetulan terekam.

Dalam Standar Program Siaran (SPS) pun terdapat aturan terinci yang terkait dengan siaran jurnalistik, yakni pada Bab XVIII mulai Pasal 40 sampai 51. Dijelaskan dalam SPS, program siaran jurnalistik wajib memperhatikan prinsip-prinsip jurnalistik sebagai berikut: a. akurat, adil, berimbang, tidak berpihak, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur kekerasan, dan tidak mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan; b. tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan/atau cabul; c. menerapkan prinsip praduga tak bersalah dalam peliputan dan/ atau menyiarkan program siaran jurnalistik dan tidak melakukan penghakiman; dan d. melakukan ralat atas informasi yang tidak akurat dengan cara: 1) disiarkan segera dalam program lain berikutnya dalam jangka waktu kurang dari 24 jam setelah diketahui terdapat kekeliruan, kesalahan, dan/atau terjadi sanggahan atas berita atau isi siaran; 2) mendapatkan perlakuan utama dan setara; dan 3) mengulang menyiarkan ralat tersebut pada kesempatan pertama dalam program yang sama.

Program siaran jurnalistik yang melakukan penggambaran kembali suatu peristiwa wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut: a. menyertakan penjelasan yang eksplisit bahwa apa yang disajikan tersebut adalah reka ulang dengan menampilkan keterangan tertulis dan/atau pernyataan verbal di awal dan di akhir siaran; b. dilarang melakukan perubahan atau penyimpangan terhadap fakta atau informasi yang dapat merugikan pihak yang terlibat; c. menyebutkan sumber yang dijadikan rujukan atas reka ulang peristiwa tersebut; dan d. tidak menyajikan reka ulang yang memperlihatkan secara terperinci cara dan langkah kejahatan serta cara-cara pembuatan alat kejahatan atau langkah-langkah operasional aksi kejahatan.

Pemanfaatan gambar dokumentasi peristiwa kerusakan, bencana, dan/atau bentrokan wajib mencantumkan tanggal dan lokasi peristiwa.

Program siaran bermuatan kekerasan dan/atau kejahatan dalam program siaran jurnalistik wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut: a. tidak menampilkan gambaran eksplisit dan terperinci tentang cara membuat dan mengaktifkan bahan peledak; b. tidak menyajikan rekaman proses interogasi kepolisian terhadap tersangka tindak kejahatan; c. tidak menayangkan secara terperinci rekonstruksi yang dilakukan oleh kepolisian; d. tidak memberitakan secara terperinci reka ulang kejahatan meskipun bersumber dari pejabat kepolisian yang berwenang dan/atau fakta pengadilan; e. tidak menayangkan reka ulang pemerkosaan dan/atau kejahatan seksual; f. menyamarkan gambar wajah dan identitas korban kejahatan seksual dan keluarganya, serta orang yang diduga pelaku kejahatan seksual dan keluarganya; g. menyamarkan gambar wajah dan identitas pelaku, korban, dan keluarga pelaku kejahatan yang pelaku maupun korbannya adalah anak di bawah umur; h. tidak menayangkan secara eksplisit dan terperinci adegan dan/atau reka ulang bunuh diri serta menyamarkan identitas pelaku; dan i. tidak menayangkan adegan tawuran atau perkelahian secara detail dan berulang-ulang.

Program siaran jurnalistik wajib menyamarkan gambar dan identitas orang yang diduga pekerja seks komersial, orang dengan HIV/AIDS, dan pasien dalam kondisi mengenaskan. Program siaran jurnalistik tentang peliputan terorisme wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut: (1) menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi secara lengkap dan benar; (2) tidak melakukan labelisasi berdasarkan suku, agama, ras, dan/atau antagolongan terhadap pelaku, kerabat, dan/atau kelompok yang diduga terlibat; dan (3) tidak membuka dan/atau mendramatisir identitas kerabat pelaku yang diduga terlibat.

Program siaran langsung atau siaran tidak langsung pada sidang pengadilan wajib mengikuti ketentuan penggolongan program siaran yang ditetapkan dalam P3 SPS. Program siaran jurnalistik yang bermuatan wawancara yang dilakukan dengan tersangka, terdakwa, dan/atau terpidana dalam kasus hukum dilarang: a. menyebarkan ideologi yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan b. menyebarkan pola dan teknik kejahatan yang dilakukan secara terperinci.

Peliputan pelaksanaan eksekusi hukuman mati dilarang disiarkan. Program siaran jurnalistik tentang peliputan bencana atau musibah wajib mempertimbangkan proses pemulihan korban, keluarga, dan/atau masyarakat yang terkena bencana atau musibah.

Program siaran jurnalistik tentang peliputan bencana atau musibah dilarang: a. menambah penderitaan atau trauma korban, keluarga, dan masyarakat, dengan cara memaksa, menekan, dan/atau mengintimidasi untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya; b. menampilkan gambar dan/atau suara saat-saat menjelang kematian; c. mewawancarai anak di bawah umur sebagai narasumber; d. menampilkan gambar korban atau mayat secara detail dengan *close up*; dan/atau e. menampilkan gambar luka berat, darah, dan/atau potongan organ tubuh. Program siaran jurnalistik tentang bencana wajib menampilkan narasumber kompeten dan tepercaya dalam menjelaskan peristiwa bencana secara ilmiah.

3. Contoh Kasus Ditangani KPI¹⁵

a. Program Jurnalistik Metro Hari Ini

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) berdasarkan kewenangan, tugas dan kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, pengaduan masyarakat, pemantauan dan hasil analisis menilai Program Jurnalistik “Metro Hari Ini” yang ditayangkan oleh stasiun METRO TV pada tanggal 25 September 2015 pukul 16.54 WIB tidak memperhatikan ketentuan tentang prinsip-prinsip jurnalistik yang telah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI Tahun 2012.

Program Jurnalistik tersebut memberitakan Tragedi Mina yang di dalamnya terdapat kalimat sebagai berikut: “Sementara itu Raja Arab Saudi, Raja Salman diketahui hari ini akan memancung 28 (dua puluh delapan) orang yang dianggap bertanggung jawab terkait dengan tragedi tewasnya ratusan jamaah haji di Mina. Informasi ini dirilis kantor berita

asal Lebanon, Al Diyaar, yang menyatakan kemungkinan Raja Salman sudah memerintahkan eksekusi terhadap 28 orang yang dianggap bertanggung jawab dalam kecelakaan tersebut. Kantor berita Al Diyaar menyatakan, keputusan agama ini akan segera diterbitkan dan para terpidana mati dikenakan hukuman pelanggaran masalah keamanan dan tidak mematuhi perintah”

KPI Pusat menilai pemberitaan tersebut tidak didasarkan pada sumber yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kepastian fakta beritanya. Pasal 1 KEJ (Kode Etik Jurnalistik) juga mengatakan bahwa “wartawan Indonesia menghasilkan berita yang akurat”, yakni berita yang dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. Selain itu, Pasal 3 KEJ juga menyatakan bahwa “wartawan Indonesia selalu menguji informasi”, yang berarti melakukan *check and recheck* tentang kebenaran informasi yang diberitakan.

Berdasarkan hal tersebut, KPI Pusat memutuskan untuk memberikan peringatan agar Metro TV lebih berhati-hati dalam menyiarkan pemberitaan. Metro TV wajib menjadikan P3 dan SPS KPI Tahun 2012 sebagai acuan utama dalam penayangan sebuah program siaran.

b. Inbox SCTV

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) berdasarkan kewenangan, tugas dan kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), pengaduan masyarakat, pemantauan dan hasil analisis menilai Program Siaran “Inbox” yang ditayangkan oleh stasiun SCTV pada tanggal 2 Oktober 2015 pukul 08.08 WIB tidak memperhatikan ketentuan tentang norma kesopanan, perlindungan anak-anak dan remaja serta penggolongan program siaran yang telah diatur dalam Pedoman Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI tahun 2012.

Program tersebut menampilkan laki-laki dan perempuan yang mengenakan seragam sekolah berpelukan di atas panggung. Selain itu pada tanggal 1 Oktober 2015 pukul 08.11 WIB ditemukan pula tayangan seorang pria yang wajahnya dicoret-coret oleh host program tersebut. KPI Pusat menilai hal tersebut tidak layak untuk ditayangkan karena berpotensi ditiru oleh anak-anak dan tidak sesuai dengan nilai-nilai dalam masyarakat dan etika pendidikan.

Berdasarkan hal tersebut, KPI Pusat memutuskan untuk memberi peringatan agar SCTV segera melakukan evaluasi internal serta tidak mengulangi kesalahan yang sama, baik pada program sejenis maupun program lainnya. SCTV wajib menjadikan P3 dan SPS KPI Tahun 2012 sebagai acuan utama dalam penayangan sebuah program siaran.

c. Lensa Indonesia Siang RTV

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) berdasarkan kewenangan, tugas dan kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), pengaduan masyarakat, pemantauan dan hasil analisis telah menemukan pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI Tahun 2012 pada Program Siaran Jurnalistik “Lensa Indonesia Siang” yang ditayangkan oleh stasiun RTV pada tanggal 23 September 2015 pukul 11.24 WIB.

Program tersebut menayangkan video penganiayaan seorang siswi SMA (Sekolah Menengah Atas) oleh temannya. Meskipun adegan penganiayaan tersebut telah disamarkan, tetapi masih terdengar suara tamparan, teriakan dan tangisan dalam video tersebut. KPI Pusat menilai muatan kekerasan tersebut dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi khalayak yang menonton. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas prinsip-prinsip jurnalistik, khususnya larangan menonjolkan unsur-unsur kekerasan.

KPI Pusat memutuskan bahwa program jurnalistik tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 Pasal 22 Ayat (3) dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 Pasal 40 huruf a. Berdasarkan hal tersebut, KPI Pusat memutuskan menjatuhkan sanksi administratif Teguran Tertulis.

Selain itu, KPI juga menemukan muatan serupa pada Program Siaran “Lensa Indonesia Sore” yang ditayangkan pada tanggal 23 September 2015 pukul 15.21 WIB. RTV wajib melakukan evaluasi internal dengan tidak menayangkan kembali hal serupa pada program yang sama maupun program lainnya, serta menjadikan P3 dan SPS KPI Tahun 2012 sebagai acuan utama dalam penayangan sebuah program siaran.

d. Siaran Televisi pada Ramadhan

Setiap Ramadhan kita harus mulai belajar jujur; jujur mengakui kebaikan orang lain. Paradigma memandang suatu hal hanya pada sisi negatif, harus mulai berimbang.

Kita harus mengakui tidak semuanya; tidak selamanya, acara televisi itu buruk. Televisi banyak juga memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu dan pengetahuan publik. Apalagi pada Bulan Suci Ramadhan, televisi menambah semarak kegiatan Ramadhan. Bahkan, khalayak dapat menuntut ilmu agama dengan tidak harus beranjak dari kursi; banyak lembaga penyiaran televisi yang menyajikan berbagai

program acara keagamaan. Televisi pun dapat menjadi salah satu alternatif cara meningkatkan amalan ibadah umat Islam di Bulan Penuh Berkah ini.

Oleh karena itu, visi Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang memberikan tugas dan kewenangan berimbang pada Komisi Penyiaran tepat sekali. Selain memiliki tugas dan kewajiban menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik ditambah dengan kewenangan mengawasi dan memberikan sanksi, Komisi Penyiaran pun harus memberikan apresiasi terhadap penyelenggaraan penyiaran.

Selain itu, paradigma pengawasan terhadap isi siaran yang disajikan lembaga penyiaran harus berangkat setidaknya dari pemahaman tiga hal. Pertama, Komisi Penyiaran harus melindungi khalayak dari dampak buruk isi siaran yang disajikan lembaga penyiaran. Hal itu dipandu dengan parameter ketentuan pembatasan dan larangan yang tersurat pada UU Penyiaran, Pedoman Perilaku Penyiaran, dan Standar Program Siaran (P3 SPS). Keluaran dari ketiga peraturan perundang-undangan tersebut sebagaimana tugas dan kewajiban pertama Komisi Penyiaran, yakni menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia.

Kata *hak asasi manusia* melahirkan pemahaman kedua bahwa Komisi Penyiaran pun harus menjadikan hak informasi yang dimiliki masyarakat tidak terlanggar. Bahkan, selain tersurat dalam UU No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, hak atas informasi juga merupakan hak konstitusional warga Negara karena tersurat langsung dalam Pasal 28 F UUD 1945. Hal itu ditegaskan pula dalam UU Penyiaran bahwa KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran.

Ketiga, dibentuknya KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) juga menyuratkan amanah besar bagi perlindungan terhadap entitas lokal. Oleh karena itu, dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Selain itu, P3 SPS pun mengamanahkan, lembaga penyiaran dalam sistem siaran berjaringan (SSJ) wajib menyiarkan program lokal paling sedikit 10%. Program lokal adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.

Ketiga pemahaman itulah, dalam konteks Ramadhan juga harus menjadi pemahaman bagi lembaga penyiaran dalam menyajikan program siaran. Bagi umat Islam yang notabene mayoritas penduduk Indonesia, Ramadhan merupakan bulan segala kebaikan dan keberkahan, segala amal ibadah dilipatgandakan. Ramadhan adalah tamu agung, sehingga segala persiapan pun dilakukan untuk menyambut kedatangannya. Bulan ini istimewa dan hadir hanya setahun sekali.

Keistimewaan Ramadhan harus diperspektif sama oleh lembaga penyiaran. Televisi harus memformat semua program siaran dalam bingkai semangat Ramadhan. Semua hal yang dapat menguatkan ibadah Shaum harus menjadi program siaran unggulan dan semua hal yang dapat menjadi “penggoda” berkurangnya nilai Shaum harus dihindarkan. Oleh karena itu, baik KPI maupun KPID pun membuat imbauan tentang hal itu karena kebijakan tersebut setara dengan pemahaman melindungi publik dari dampak buruk siaran televisi.

Televisi harus menghindari dari program siaran yang masih menayangkan goyangan erotis, eksploitasi tubuh wanita, pria berperilaku dan berpakaian seperti wanita, kekerasan dan candaan kasar, mengungkapkan aib seseorang, konflik, mistik, horror, supranatural, mengarah keintiman pria dan wanita, serta program siaran sejenisnya. Program siaran tersebut harus diganti dengan program siaran yang memberikan spirit kekhusuan ibadah Shaum dapat berupa talk show, feature, ceramah, dan acara lainnya yang bernuansa Islami. Penggantian program acara tersebut menunjukkan penghormatan juga terhadap hak atas informasi yang merupakan hak konstitusional bagi warga negara yang beragama Islam.

Semua itu perlu diingatkan karena berdasarkan pengalaman Ramadhan tahun lalu, masih banyak televisi yang melanggar, sehingga KPI memberikan sanksi. Berdasarkan P3 SPS, terdapat empat bentuk pelanggaran yang banyak dilakukan oleh acara televisi. Pertama, pelanggaran atas perlindungan kepada orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu (melecehkan orang dengan kondisi fisik tertentu atau orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu atau pekerjaan tertentu atau yang memiliki cacat fisik dan/atau mental). Kedua, pelanggaran atas perlindungan anak. Ketiga, pelanggaran norma kesopanan dan kesusilaan. Keempat, pelanggaran ketentuan penggolongan program siaran.

Oleh karena itu, pada Ramadhan tahun lalu KPI menilai secara umum tidak ada niat dari penyelenggara televisi untuk menghormati bulan Ramadhan, karena pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan merupakan pengulangan dari tahun-tahun sebelumnya. Realitas itu tentu

tidak ingin terulang pada Ramadhan tahun ini. Kita berharap para pengelola televisi lebih bijak bahwa kebaikan apapun yang ditoreskannya pasti akan dicatat dalam tinta emas sejarah. Apalagi jika keburukan yang dibuat, pasti banyak orang akan mencatatnya dalam kekecewaan. \

Kendati para ilmuwan komunikasi punya tesis bahwa media massa tidak ubahnya bagai pedang bermata dua. Media dengan kekuatannya bisa menyatukan peradaban dunia dan media juga bisa menjadi penghancur peradaban. Semoga televisi Indonesia justru bisa menjadi penebar kebaikan. Salah satu prinsip yang harus terpenuhi dalam membuat karya di media massa adalah S (*safety*). Para pengelola televisi harus meyakini bahwa program acara yang disiarkannya **aman**, baik bagi khalayak, bagi narasumber, bagi lembaga, maupun bagi pribadi yang berkarya, sehingga esok lusa kita akan jujur bahwa televisi kita memang hebat.

e. Konten Lokal di Lembaga Penyiaran

Sistem berjaringan dalam sistem penyiaran Indonesia sebagaimana amanah Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran bukan hanya dimaksudkan pada tidak terjadinya monopoli penguasaan lembaga penyiaran, tetapi juga untuk memberikan keadilan pada lahirnya siaran-siaran yang berkonten lokal. Hal itu sangat urgen ketika faktanya siaran nasional dikuasai oleh televisi Jakarta yang notabene lebih didominasi oleh siaran berkonten Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Padahal, bicara Indonesia bukan hanya Jabodetabek, tetapi seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Lembaga Penyiaran Jakarta, terutama televisi merambah wilayah siaran sebagian besar Indonesia karena memiliki daya jangkauan siaran nasional. Padahal, frekuensi yang mereka gunakan adalah milik publik yang pengaturannya oleh Pemerintah dan pemanfaatannya harus diperuntukan kepentingan publik. Oleh karena itu, isi siaran yang ditayangkan oleh televisi Jakarta seharusnya bermuatan siaran yang juga mencerminkan kebutuhan, keinginan, dan harapan seluruh publik di Indonesia.

Seperti halnya siaran 15 televisi Jakarta yang nyaris memasuki seluruh wilayah Jawa Barat karena wilayah terdekat. Selain masyarakat Jawa Barat merupakan konsumen produktif dengan jumlah penduduk sangat gemuk; seperlima penduduk Indonesia ada di Jawa Barat. Oleh karena itu, isi siaran televisi Jakarta yang menjangkau Jawa Barat seharusnya memberikan porsi konten lokal ke-Jawa Barat-an yang proporsional.

Faktanya, berdasarkan hasil penelitian Remotivi dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad, siaran 10 televisi Jakarta bersiaran nasional sumber siarannya 48% dari Jabodetabek, 7% internasional, dan 38% dari wilayah Indonesia di luar Jabodetabek. Persentase tersebut dibagi dalam 33 wilayah provinsi yang ada di Indonesia, sehingga rata-rata provinsi hanya mendapatkan ruang pemberitaan 1,15%. Kendati Bogor, Depok, dan Bekasi merupakan bagian dari Jawa Barat, tetapi Jawa Barat juga memiliki Karawang, Purwakarta, Subang, Sukabumi, Cianjur, Bandung, Cimahi, Garut, Tasikmalaya, Banjar, Pangandaran, Sumedang, Majalengka, Kuningan, Cirebon, dan Indramayu, yang seharusnya juga mendapatkan ruang siaran yang memadai.

Siaran televisi manapun yang menjangkau wilayah Jawa Barat memiliki kewajiban untuk memberikan ruang siaran yang proporsional bagi isi siaran yang berkonten lokal ke-Jawa Barat-an; mencerminkan seluruh kabupaten/kota di Jawa Barat. Pasal 68 Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No.2/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (SPS) menegaskan bahwa program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% untuk televisi dari seluruh siaran berjaringan per hari. Program siaran tersebut paling sedikit 30% di antaranya wajib ditayangkan pada waktu *prime time* waktu setempat.

Jika televisi masih mempertahankan sentralistik penyiaran, tentu amanah SPS tersebut tidak mungkin terpenuhi karena setiap provinsi harus dipenuhi minimal 10%, sehingga dengan 34 provinsi di Indonesia, lembaga penyiaran yang bersiaran nasional harus menyediakan 340% program siaran lokal. Agar ketentuan tersebut dapat diimplementasikan, setiap televisi yang bersiaran nasional harus menjalankan amanah UU Penyiaran dengan sistem siaran berjaringan. Jika hal tersebut dilakukan, lembaga penyiaran pun memiliki jatah siaran televisi 90%, boleh program siaran nasional, internasional atau dari negeri antah berantah sekali pun. Karena stasiun siaran berjaringan di 34 provinsi hanya memiliki jatah minimal 10% program siaran.

Namun, kondisinya tidak sesuai harapan. Yang terjadi, sebagaimana diungkapkan Armando (2007) televisi Jakarta mendikte isi siaran sesuai dengan selera Jakarta. Rujukan nilai isi siaran televisi adalah standard budaya Jakarta; Masyarakat daerah sama sekali tidak dapat memanfaatkan televisi sebagai sarana informasi mengenai daerahnya sendiri; Segenap keuntungan ekonomi yang diperoleh dari kegiatan pertelevisian hanya bisa dinikmati oleh Jakarta. Pengiklan hanya perlu membayar stasiun televisi di Jakarta untuk kepentingan pemasaran produknya, tanpa perlu sedikit pun mengucurkan uang kepada daerah-daerah di luar Jakarta yang dijadikan sasaran penjualannya; Bisnis

pertelevisian tersebut tidak menumbuhkan industri pendukung maupun lapangan pekerjaan di daerah luar Jakarta.

Hal itu tentu terjadi juga di Jawa Barat yang notabene jumlah “korban”-nya akan lebih banyak ketimbang provinsi lain karena memiliki penduduk yang besar, jaraknya lebih dekat dengan Jakarta, sehingga kemungkinan menerima siaran televisi Jakarta akan lebih tinggi. Mereka pun berhak mendapatkan program siaran lokal; mengenal potensi-potensi yang berada di sekitarnya. Jawa Barat pun merupakan wilayah yang memiliki potensi sumber isi siaran yang sangat mungkin tidak kalah menariknya dari konten ke-Jakarta-an.

Di wilayah Jawa Barat terdapat lebih dari 100 seni budaya, 33 cagar budaya penting, 12 kampung adat, 30 musieum (Disparbud Jabar, 2015), dan sejumlah potensi lainnya yang sangat menarik untuk diangkat ke permukaan menjadi program siaran lokal, termasuk di dalamnya tempat wisata, baik wisata alam, wisata buatan, maupun wisata kuriner.

Potensi tersebut dapat disajikan menjadi program siaran berkonten lokal yang berdimensi budaya populer dengan menggunakan tenaga profesional lokal melalui PH (*Production House*) lokal yang juga kompetitif. Program siaran lokal, tidak berarti siaran yang berkonten lokal saja. UU Penyiaran dan P3 SPS pun menyuratkan tentang pemanfaatan sumber daya lokal, termasuk di dalamnya SDM (Sumber Daya Manusia). Sasaran utama sistem penyiaran berjaringan di antaranya selain lahirnya program siaran berkonten lokal, juga memberikan kesempatan pada kreator-kreator lokal untuk eksis dan berkiprah.

Kendati dalam *frame* lain, program siaran pun harus memiliki visi finansial, artinya konten siaran apapun akan layak tampil jika memiliki nilai keuntungan ekonomis. Oleh karena itu, lembaga penyiaran pun kini kerap kali disebut industri penyiaran karena di dalamnya dominan visi finansial. Padahal harus diingat, baik secara teoretis maupun historis, lahirnya media massa, termasuk di dalamnya media penyiaran berangkat dari visi ideal untuk memberikan layanan pada publik, baik dalam fungsi informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial, pewaris budaya, pencatat sejarah, dan kekinian muncul fungsi ekonomi.

Lahirnya fungsi ekonomi mendorong media penyiaran harus memiliki keseimbangan visi antara ideal dan finansial, bukan melahirkan dominasi serba nilai ekonomis, bahkan mendorong media kapitalis. Oleh karena itu, isi siaran yang sejatinya dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan publik yang harus diprioritaskan sembari menyeimbangkannya dengan aspek-aspek nilai ekonomis yang juga penting bagi pembiayaan operasional lembaga penyiaran.

Munculnya konten lokal pada televisi selain amanah peraturan perundangan Penyiaran juga merupakan kebutuhan, keinginan, dan harapan sejati dari publik, sehingga harus menjadi prioritas bagi semua lembaga penyiaran. Sembari lembaga penyiaran pun dimungkinkan membungkusnya dalam sajian populer yang dapat mendatangkan keuntungan finansial. Harus disadari juga oleh semua pihak, media penyiaran adalah media global yang harus mengikuti tuntutan budaya populer. Di antara keridloan mereka untuk juga ikut melestarikan budaya adiluhung; budaya lokal, kita pun harus mengiklaskan mereka meng-*creat*-nya, sehingga lahirlah sajian yang layak memiliki nilai ekonomi.

Seperti halnya sajian wayang golek yang manggung hanya dengan icon si cepot, tanpa panggung dan nayaga, bahkan berpadu dengan icon lainnya. Mungkin itu salah satu alternatif menyajikan konten lokal dalam kreativitas budaya populer. Hal yang sama bukan tidak mungkin dilakukan pada konten lokal lainnya yang memang layak tetap eksis dalam globalisasi informasi ini. Kalau tidak, mari kita tagih komitmen itu. Indonesia bukan hanya Jakarta; Aturan jangan hanya jadi pajangan; Konten lokal berhak eksis dalam hiruk pikuk pertelevisian Indonesia.

UJIAN AKHIR SEMESTER

Petunjuk Soal

Jawablah soal-soal berikut dengan tepat dan jelas!

Soal:

1. Bagaimana pandangan Anda tentang pengertian Berita?
2. Sebutkan dan jelas unsur-unsur berita!
3. Sebutkan dan jelaskan syarat-syarat berita!
4. Bagaimanakah *lead* yang baik dalam menulis berita? Berikan contoh!
5. Apa yang Anda ketahui dengan Literary Journalism?
6. Hal apa yang membedakan Literary Journalism dengan berita biasa?
7. Apa perbedaan antara Literary Journalism dengan Feature?
8. Sebutkan tiga isi media massa, dan berikan penjelasan secukupnya!
9. Buatlah table perbedaan antara opini, berita, dan iklan!
10. Pilahlah jenis opini berdasarkan pembuatnya, antara internal dan eksternal redaksi!
11. Apa yang dimaksud dengan Delik Pers? Jelaskan dan berikan contoh!
12. Sebutkan tiga kegiatan Jurnalistik yang paling sering dilakukan pelanggaran oleh Wartawan terkait Delik Pers!
13. Apa yang Anda ketahui tentang Dewan Pers?
14. Bagaimana perbedaan antara Dewan Pers pada masa era Orde Baru dengan era Reformasi?
15. Apa yang menjadi tugas utama Dewan Pers?
16. Jelaskan manfaat keberadaan Dewan Pers bagi kehidupan Jurnalistik yang sehat?
17. Apa yang Anda ketahui tentang Komisi Penyiaran Indonesia?
18. Bagaimana perbedaan antara Komisi Penyiaran Indonesia pada masa era Orde Baru dengan era Reformasi?
19. Apa yang menjadi tugas utama Komisi Penyiaran Indonesia?
20. Jelaskan manfaat keberadaan Komisi Penyiaran Indonesia bagi kehidupan Jurnalistik yang sehat?

BAB XV P E N U T U P

Jurnalistik memang ilmu yang kaya, baik dari sisi teoretis maupun praktis. Ilmu Jurnalistik dianggap sebagai bagian dari ilmu terapan dalam Ilmu Komunikasi, tetapi faktanya tidak hanya terkait dengan hal-hal yang praktis, hal-hal yang teoretis pun sangat banyak. Oleh karena itu, setebal apapun buku yang ditulis tidak dapat menuntaskan pembahasan terkait dengan jurnalistik. Perlu kajian yang maha panjang lagi untuk lebih mendalami Ilmu Jurnalistik.

Ketika bicara Jurnalistik, tidak beda hanya dengan berbicara ilmu induknya, yakni Ilmu Komunikasi yang dalam kajian termutakhir diyakini sebagai ilmu yang multidisipliner: ilmu yang berhubungan atau betkait dengan ilmu lainnya. Pun Jurnalistik, pembahasannya tidak hanya dapat konsen tentang Jurnalistik lainnya, termasuk di dalamnya Ilmu Sastra.

Literary Journalism atau diterjemahkan Jurnalistik Sastra adalah satu satu ragam variatif yang membuktikan hubungan erat antara Ilmu Jurnalistik dan Ilmu Sastra. Oleh karena itu, untuk mengkajinya perlu pengetahuan yang memadai terhadap dua ilmu tersebut. Kekayaannya luar biasa dan tidak dapat dibongkar dengan hanya satu-dua bab, tetapi harus lebih mendalam lagi. Oleh karena itu, buku ini memberikan jalan bagi siapa saja yang akan mengkaji perpaduan antara Ilmu Jurnalistik dengan Ilmu Sastra yang ke depan akan lahir kajian-kajian lainnya yang merupakan varian dari Jurnalistik Sastra.

Bicara Sastra dan Jurnalistik bicara kehidupan manusia yang tidak akan habis-habisnya sepanjang manusia masih mengadakan perjalanan panjangnya di dunia ini. Sejalan dengan perkembangan kehidupan manusia yang selalu berubah itulah, sepanjang itu pula kajian Jurnalistik Sastra akan ada dan terus berkembang. Buku ini hanya setitik air di antara kehausan, semoga memberikan dorongan pada penulis lainnya untuk lebih mengembangkan.

Keterbatasan pembahasan tentang Jurnalistik Sastra dalam buku ini terkait dengan pemahaman dasar dari keilmuan Komunikasi dan Jurnalistik yang juga harus diulas panjang lebar. Pun aturan-aturan yang melatarbelakanginya, karena sebagaimana kehidupan Jurnalistik, perkembangan Jurnalistik Sastra pun tidak dapat melepaskan diri pada yang namanya Negara beserta piranti nilai-nilainya. Oleh karena itu, membuat sebuah karya Jurnalistik Sastra di Indonesia ini harus juga memahami peraturan perundang-undangan yang relevan, sehingga karya Jurnalistik Sastra tetap aman, terutama bagi para penulisnya.

Semoga buku ini memberikan kontribusi tambahan di antaranya bertumpuknya buku-buku lainnya dan semoga buku ini memberikan jalan baik bagi para penulis lainnya untuk mengembangkan maupun bagi para peminat Jurnalistik dan Sastra, sehingga memiliki gairah untuk berkarya. ***

CATATAN

1. Rovi'i dalam Majalah Info Dinas Kominfo Provinsi Jawa Barat Tahun 2013
2. Said, Tribuana. Antara, Sabtu, 7 Februari 2009
3. Zulkanaen, Happy Bone. 2002. *Kebebasan Pers dan RUU Rahasia Negara*. Seminar Nasional RUU Rahasia Negara dalam Perspektif Kebebasan Pers, Konklusi Pascasarjana Unpad
4. Azzam, Tarman. Pikiran Rakyat, 10 Maret 2010
5. Harahap, Naungan. 2007. Kode Etik dan Hukum Pers. Disampaikan pada Pelatihan Wartawan di Surat Kabar Patroli Bandung
6. <http://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>
7. <http://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>
8. <http://komunikasipembangunan.blogspot.co.id/2010/04/penulisan-press-release.html>, Diposting 22 April 2010
9. Damono, Sapardi Djoko, **Pengarang, Karya Sastra, dan Pembaca**, artikel dalam *Bahan Pelatihan Teori dan Kritik Sastra*, Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya, Lembaga Penelitian Universitas Indonesia.
10. Pujiono, Eko. 2012. <https://pohonkata.wordpress.com/2012/05/16/jurnalisme-sastra>
11. Rosyid, Abdur. 2009. *Mengenal Tulisan Jurnalistik: Artikel dan Opini* <https://abdurrosyid.wordpress.com>
12. Haryadi, Dwi <http://www.ubb.ac.id/menulengkap.php?judul=DELIK%20PERS> diunduh tahun 2011
13. <http://dewanpers.or.id/> diunduh tahun 2015
14. <http://www.kpi.go.id/> diunduh tahun 2015
15. <http://www.kpi.go.id/> diunduh tahun 2015

DAFTAR REFERENSI

- Adinegoro. 1961. *Publistik dan Djurnalistik*. Jakarta: Gunung Agung
- Assegaff.1982. *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Anwar, Rosihan. 1977. *Profil Wartawan Indonesia*. Proyek Pembinaan dan Pengembangan Pers Departamen Penerangan RI
- 1996. *Wartawan dan Kode Etik Jurnalistik*. Jakarta: PT Jurnalindo Aksara Pustaka dan Gatra
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Assegaff.1982. *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Bandel, Katrin (2013). *Sastra Paddhati(Jurnalistik Sastrawi)-kump. karangan*. Universitas Sanata Dharma. p. 208-209
- Bandura, Albert, 1977. *Social Learning Theory*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Blalock, Herbert M., 1972. *Social Statistics*, Kogakusha: McGraw Hill.
- Chaffee, Steven H., 1975. *Political Communication: Issue and Strategies for Research*, California: Sage Publication
- Charnley, Mitchell, 1975, *Reporting*, Third Edition, Holt, Rinehart and Winston, New York, p; 97
- Cohen, B.C. 1963. *The Press and Foreign Policy*. New Jersey: Princeton University Press
- Dance, F.E.X. 1967. *Human Communication Theory.: Original Essays*. New York: Holt, Rinehart, Winston
- DeFleur, Melvin L. 1970. *Theories of Mass Communication*. New York: David McKay
- Devito, Joseph A. 1994. *Human Communication*. Harper: The Basic Course
- De Vos, H. 1987. *Pengantar Etika* (Alihbahasa Soejono Soemargono). Yogyakarta: Tiara Wacana
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adiya Bakti
-2000. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Evra, Judith van (1990): *Television and Child Development*. Jersey & London: Lawrance Erlbaum Associates Publisher.
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya

- Harahap, Krisna. 2004. *Konstitusi Republik Indonesia*. Bandung: PT Grafitri Budi Utami
- 1996. *Rambu-Rambu di Sekitar Profesi Wartawam*. Bandung: PT Grafitri Budi Utami
- 2000. Ruang Lingkup dan Implementasi Kebebasan Pers dalam Negara Hukum Indonesia. Desertasi Pascasarjana Universitas Padjadjaran
- Harsono, Andreas & Budi Setiyono. *Jurnalisme Sastrawi; Antologi Liputan Mendalam dan Memikat*, Yayasan Pantau, Jakarta, Oktober, 2005.
- Haryanto. 2006. *Sistem Politik: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". Business Horizons 53(1): 59–68.
- Ketetapan Kongres IJTI No. 05/Kongres-3/07/2005 tanggal 22 Juli 2005 tentang Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
- Kovach, Bill and Tom Rosenstoe. 2001. *The Element of Journalism*. New York: Crown Publisher
- Kurnia, Septiawan Santana, *Jurnalisme Sastra*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Laswell, Harold. 1948. *The Structure and Function of Communication in Siciety, The Communication of Iedal.*, L. Bryson, editor. New York: Institute for Religious adn Social Studies
- Liliweri, Alo. 1994. *Perspektif Teoretis Komunikasi Antar-Pribadi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti
- Lih; Joel M Charon. 1998. *Symbolic Interactionism: An Introduction, an interpretation, an integration*. Edisi ke-6. Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, hal; 10
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. California USA: Wardsworth Publishing Company
- Lubis, Mochtar. 1963. *Pers dan Wartawan*. Jakarta: Balai Pustaka
- McQuail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Suatu Pengantar*. Edisi kedua. Jakarta; Erlangga.
- Miller, Katherine. 2002. *Communication Theories, Persfpective, Processes, and Contexts*. Boston: McGraw – Hill.
- Mills, C.Wright. 1958. *The Power Elite*. Alfred S Knopf: New Jersey
- Miller, Gerald R. And Henry E. Nicholson. 1976. *Communication Inquiry: A Perspective on a Process*. Reading, Massachusetts: Addison Westley
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurrudin.2003. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur

- Padje, Gud Reacht Hayat. 2008. *Komunikasi Kontemporer: Strategi, Konsepsi, dan Sejarah*. Kupang: Universitas PGRI
- Peraturan KPI Nomor 01/P/LPI/03/2013 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran
- Peraturan KPI Nomor 02/P/LPI/03/2013 tentang Standar Program Siaran
- Putra, Masri Sareb. (2010). *Literary Journalism, Jurnalistik Sastrawi*. Jakarta: Salemba Humanika. p. 47-49
- Rakhmat, Jalaluddin, 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Romli, Asep Syamsul M. 2005. *Jurnalistik Terapan: Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan*. Bandung: Batic Press
- Rudy, May T. 2005. *Komunikasi dan Humas Inbternasional*. Bandung : Refika Aditama.
- Sastropoetro, Santoso. 1984. *Komunikasi Internasional, Sarana Interaksi Antar-Budaya*. Bandung: Alumni
- Setiati, Eni. 2005. *Ragam Jurnalistik Baru Dalam Pemberitaan*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- SK No. 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik-Dewan Pers
- Susanto, Astrid S. 1975. *Pendapat Umum*. Jakarta: Bina Cipta
- . 1976. *Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Bina Cipta
- . 1986. *Filsafat Komunikasi*: Bandung: Binacipta
- Syam, Nina W. 1997/1998. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: PPS Unpad
- Tubbs, Stewart L. & Silvia Moss. 1978. *Human Communication*. New York: McGraw-Hill
- Sobur, Alex. 2001. *Etika Pers; Profesionalisme dengan Nurani*. Bandung: Humaniora Utama Press
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Penngantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa
- Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Susanto, Astrid S. 1986. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Bina Cipta
- Tan, S. Alexis. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Ohio: Gird Publishing, Inc.
- Undang-Undang Dasar 1945
- Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Wahyudi, JB. 1996. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Pustaka Utama Grafitri. Jakarta
- Weinberg, Steve, 1996, *The Reporter's Handbook: An Investigator's Guide To Document And Techniques*, New York, ST Marthin's Press, p; 78
- Weiner, Richard. 1990. *Webster's New World Dictionary of Media and Communication*. New York: Webster's New World
- Widjaya, Albert. 1988. *Budaya Politik dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: LP3S
- Widodo, 1997, *Tekhnik Wartawan Menulis Berita Di Surat Kabar Dan Majalah*, Suraba, Penerbit Indah
- Wright, Charles R. 1988. *Mass Communication A Sociological Perspective*. New York: Ramdon Haouse
- Yu, Frederick T.C, 1981, *Get It Righth, Get It Tight: The Beginning Reporter's Handbook*, East West Center, Institute of Culture And Communication, Honolulu Hawaii, p; 247

Indek

Aduan, Afektif, Agama, Aktualitas, Artikel, Aturan, Beda, Behavioristik, Berita, Berjaringan, Channel, Delik, Efek, Fakta, Feature, Hukum, Hukuman, Hak, Imajinasi, Internet, Journalism, Journalistik, Jurnalis, Kabar, Kebebasan, Khalayak, Kewajiban, Kolom, Kognitif, Kode, Komunikasi, Komunikator, Komunikan, Konten, Konten Siaran, Lembaga Penyiaran, Liberal, Lokal, Majalah, Massa, Martabat, Media, Mediasi, Nilai, Noise, Non-Aduan, Objektivitas, Opini, Otoriter, Pelanggaran, Pendapat, Penegakan, Pengaduan, Penodaan, Pers, Pesan, Pidana, Radio, Rencana, Sama, Sanksi, Sastra, Siaran, Sistem, Sosial, Surat, Tajuk, Teknis, Televisi, Tanggungjawab, Wartawan

Penulis



MAHI M. HIKMAT: Dosen Tetap Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, **Doktor Komunikasi Politik** Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Ia lahir di Bandung, 26 Maret 1972. Mulai SD, SMP, SMA, S-1, S-2, dan S-3 diselesaikannya di kota kelahirannya.

Pada Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden-Wakil Presiden Tahun 2009, ia menjadi **Ketua Panwaslu Provinsi Jawa Barat** dan Pada Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, ia menjadi Ketua Pokja Kampanye Panitia Pengawas Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat. Tahun 2011 sempat menjadi Komisioner Komisi Informasi Jawa Barat dan 2015 menjadi Komisioner di Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat.

Tahun 1994, ia sempat mengajar di beberapa SMP dan SMA di Bandung. Bahkan, setelah lulus Sarjana dan Magister dari UNPAD, kegiatan mengajarnya dilanjutkan di sejumlah perguruan tinggi, seperti: STBA Jabar, STT Jabar, STMIK Jabar, STMIK Pasim, STMIK Bandung, **Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung**, Universitas Padjadjaran, Universitas Al-Ghifari, Universitas Pasundan, Universitas Komputer Bandung, Universitas Winayamukti, dan Universitas Langlangbuana Bandung.

Di lembaga pendidikan tinggi pun, ia sempat memegang sejumlah jabatan strategis, di antaranya: Pembantu Ketua III Bidang Kemahasiswaan STBA Jabar, Dekan Fakultas Sastra Universitas Al-Ghifari, Wakil Rektor Universitas Al-Ghifari, dan Ketua LPPM Universitas Al-Ghifari.

Mahi M. Hikmat pernah tercatat sebagai anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jabar. Ia pernah menjadi wartawan, redaktur, redaktur pelaksana, wakil pemimpin redaksi, dan pemimpin redaksi di sejumlah media cetak baik di Bandung maupun di Jakarta.

Tulisannya dalam berbagai bentuk: buku, artikel, esai, news, feature, cerpen, dll. sudah menyebar di berbagai media cetak, baik media lokal

maupun media nasional, seperti, di Kompas, Republika, Pikiran Rakyat, Bandung Pos, Galamedia, Tabloid Nova, Mandala, Suara Publik, Suara Pasundan, Kalawarta Kudjang, Gema Mahardika, Mingguan Patroli, Majalah Cupumanik, Buletin Ilmiah Pascasarjana, dll.

Tahun 2001, Mahi M. Hikmat mulai juga menggeluti kehidupan sebagai peneliti. Banyak sekali penelitian yang pernah ia lakukan berkait dengan berbagai kehidupan sosial kemasyarakatan. Beberapa hasil penelitiannya di antaranya : Konflik Horisontal di Kabupaten Sambas, Konflik Agama di Poso, Wilayah Berpotensi Konflik di Seluruh Wilayah Indonesia, Audit KUKM di Seluruh Indonesia, Konflik Perbatasan Indonesia-Malaysia, Penanggulangan Terorisme di Indonesia, Konflik Pilkada Langsung di Seluruh Indonesia, Implementasi Keterbukaan Informasi di Seluruh Indonesia, dll. ***

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Buku Jurnalistik bukan buku baru pada khazanah keilmuan Komunikasi, sudah puluhan, bahkan mungkin ratusan buku yang bernapas Jurnalistik terbit, baik ditulis oleh ilmuwan dalam negeri maupun luar negeri. Namun, Jurnalistik sebagai salah satu Ilmu Terapan dalam Bidang Ilmu Komunikasi tidak stagnan, selalu dinamis sejalan dengan pesatnya perkembangan jaman. Apalagi, Jurnalistik tidak dapat melepaskan, bahkan selalu beriringan dengan perkembangan teknologi, terutama teknologi informasi, sehingga ketika teknologi informasi mengalami perkembangan yang luar biasa, maka Jurnalistik pun mengalami kondisi yang sama.

Oleh karena itu, bukan hal yang aneh jika buku-buku Jurnalistik terus diterbitkan dan buku-buku tersebut pun tetap mendapatkan minat yang besar dari masyarakat karena isi dari buku tersebut pun selalu *up to date* sesuai perkembangan jaman. Namun, bukan berarti buku yang lama tidak berarti bagi khazanah perkembangan Jurnalistik. Buku yang lama tetap penting, tetapi perlu dilakukan sejumlah perubahan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi.

Seperti halnya buku yang berjudul *Jurnalistik: Literary Journalism* yang ditulis oleh penulis pada kesempatan ini. Di dalamnya masih terdapat konsep-konsep lama yang sebenarnya sudah disampaikan oleh buku-buku Jurnalistik sebelumnya, tetapi di dalamnya juga kaya dengan temuan-temuan baru yang *up to date*; yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama kalangan terdidik yang memiliki minat pada dunia jurnalistik.

Buku ini disusun dengan strategi selain untuk melayani mahasiswa Ilmu Komunikasi, juga untuk melayani masyarakat peminat Jurnalistik yang memerlukan *up to date* sekitar perkembangan dunia Jurnalistik kekinian sejalan dengan perkembangan jaman.

Sasaran yang ingin dicapai dengan buku ini, secara umum menginginkan mahasiswa dan masyarakat umum memiliki pemahaman yang holistik tentang Jurnalistik, baik secara teoretis maupun praktis. Secara khusus mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan praktis dalam menyusun karya Jurnalistik, khususnya teknis menulis *Literary Journalism* yang merupakan hasil perpaduan keterampilan antara Jurnalistik Terapan dan Sastra Terapan.

Oleh karena itu, *Buku Jurnalistik: Literary Journalism* ini dapat dijadikan buku teks bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sastra di seluruh Perguruan Tinggi, baik di dalam maupun di luar negeri. Oleh

karena itu, semoga dengan hadirnya buku ini dapat mempermudah proses perkuliahan, sehingga lebih efektif.

B. Tujuan Pembelajaran

Agar mahasiswa dan masyarakat umum mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan mempraktikkan kemampuan menulis mereka dalam bentuk karya-karya Jurnalistik yang bernuansa sastra. Dengan mempelajari teori, konsep, dan langkah-langkah praktis di bidang Jurnalistik dan dipadukan dengan kemampuan menundukkan kata-kata, mahasiswa akan mampu membuat karya nyata untuk memberikan kontribusi pada perkembangan dalam berbagai aspek, baik teoretis, akademis, praktis, bahkan manfaat positif bagi masyarakat luas.

C. Peta Konsep

Buku ini disusun se-sistematis mungkin, dari mulai hal-hal yang teoretis sampai pada hal-hal yang praktis; dari mulai hal-hal yang umum sampai ke hal-hal yang khusus.

Buku ini dimulai dengan pembahasan tentang Ilmu Komunikasi yang merupakan induknya Ilmu Jurnalistik. Dalam bab ini dipaparkan tentang definisi komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi, sampai ke proses komunikasi. Semua dipaparkan secara singkat, tetapi diharapkan dapat memberikan gambaran umum tentang seluk beluk Komunikasi.

Setelah membahas secara singkat dan padat tentang Komunikasi, kemudian dibahas salah satu cabang Ilmu Komunikasi yang menurunkan Ilmu Jurnalistik, yakni Komunikasi Massa. Pembahasan Komunikasi Massa cukup komprehensif dari mulai definisi, media massa, fungsi komunikasi massa, etika komunikasi massa, sampai dipaparkan beberapa contoh media massa dan beberapa contoh Teori Komunikasi Massa.

Beranjak pada pembahasan selanjutnya, dikupas tentang Pers karena kalau berbicara media massa harus juga berbicara pers karena antara media massa, pers, dan jurnalistik erat kaitannya. Pada Bab Pers dibahas tentang definisi pers, fungsi pers, hak dan kewajiban pers, serta sistem pers yang ada pada dunia.

Bab berikutnya dibahas tentang Jurnalistik dan Wartawan. Jurnalistik diungkap mulai dari definisi sampai aspek-aspek penting dari Jurnalistik baik dalam pandangan teoretis maupun pandangan praktis. Dalam bahasan wartawan diungkap tentang definisi wartawan, tugas dan fungsi wartawan, serta profil wartawan ideal dalam berbagai kacamata, termasuk dalam kaca mata ajaran agama Islam.

Kemudian dibahas juga tentang Kode Etik Jurnalistik yang menjadi rujukan pokok gerak langkah para wartawan dalam menjalankan tugas, baik bagi wartawan media cetak maupun media elektronik. Hal itu penting disampaikan agar dapat diketahui hal-hal apa saja yang baik dan tidak baik, yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh seorang wartawan, terutama pada era kekinian yakni era euphoria kebebasan pers pada masa reformasi ini.

Selanjutnya dibahas tentang konten media massa yang merupakan karya jurnalistik dengan berbagai jenis, mulai *news* sampai *views*. Dalam bab ini selain disajikan teknik penulisan, juga dilengkapi dengan contoh-contoh yang dapat menjadi panduan pembaca.

Bab selanjutnya dibahas khusus tentang *Literary Journalism* atau Jurnalistik Sastra atau istilah yang lebih populer *feature*. Mulai dari teknis pembuatan *feature* sampai contoh-contoh terkait dengan *feature* yang baik sebagai bahan pembandingan dan rujukan bagi pembaca.

Selain itu, buku ini pun ditambahkan dengan penguatan berupa pembahasan empat paket undang-undang komunikasi, yakni Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Sebagai penguat tambahan buku ini pun dibahas tentang Delik Pers, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia. Delik Pers dipaparkan analisis dari pasal-pasal dalam KUHPidana yang terkait dengan peran dan fungsi Pers. Sementara itu, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia dibahas dari aspek kedudukan, tugas pokok, dan fungsinya dalam upaya memfilter isi media massa agar sehat dan mendidik. ***

BAB II

KOMUNIKASI

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Komunikasi, baik dari sisi definisi, proses, maupun fungsi, bahkan dengan pendekatan lain yang menunjukkan bahwa Komunikasi merupakan sebuah ilmu yang multidisipliner.

B. Pengertian Komunikasi

Masyarakat memandang istilah komunikasi sudah menjadi istilah yang biasa dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari, bukan lagi istilah eksklusif milik kelompok tertentu seperti sejumlah istilah keilmuan lain. Komunikasi sudah menjadi kata pasaran yang dapat digunakan oleh siapapun, dalam konteks apapun dan dimanapun. Setiap orang memiliki kebebasan untuk menggunakan sekaligus mempersepsikan istilah komunikasi sesuai dengan pendekatan masing-masing. Penulis mempersepsi komunikasi dalam paparan panjang satu bab yang pernah dituliskan dalam buku *Komunikasi Politik* yang diterbitkan Simbiosis Rekatama Media (2010).

Dalam persepsi penulis, orang berdiskusi, berceramah, berpidato, atau mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka, baik melalui media massa maupun tidak, sedang berkomunikasi. Ketika sekelompok orang atau kerumunan orang berdiskusi baik di televisi maupun dalam ruangan-ruangan rapat, bahkan di warung kopi sekalipun, itu pun dapat dipersepsi sedang berkomunikasi. Bahkan, orang terduduk diam atau berdiri mematung tanpa mengungkapkan sepatah kata pun sering dikategorikan sedang berkomunikasi, termasuk orang-orang yang membakar dupa di bawah pohon rindang pun berkomunikasi.

Komunikasi memang sudah menjadi istilah yang familiar dalam keseharian kehidupan manusia, bahkan dalam persepsi manusia, dalam kehidupan hewan pun terjadi komunikasi sebagaimana sejumlah hasil penelitian yang mengarahkan pada lahirnya komunikasi hewani. Hewan dapat berkembang biak karena berkomunikasi. Warna warni suara burung, monyet, kambing, dan binatang lainnya menunjukkan warna-warninya makna yang sedang dikomunikasikan. Setiap suara yang hewan keluarkan memiliki warna makna yang berbeda dengan warna suara lainnya.

Namun sejumlah ilmuwan berpandangan bahwa inti komunikasi adalah manusia. Ketika manusia ada, maka semua lini kehidupan manusia tersebut adalah komunikasi. Dalam konteks inilah manusia dianggap sebagai makhluk yang paling sempurna karena dapat melahirkan komunikasi; semua hal dapat dipersepsi sebagai komunikasi jika manusia mempersepsikan sebagai komunikasi, sehingga persepsi komunikasi ini selalu mengikuti aturan yang dibuat manusia.

Pola-pola komunikasi selalu mengikuti pola-pola keteraturan perilaku manusia, bukan pola-pola hukum alam. Hasil penelitian Cushman dan Pearce (1977) menegaskan bahwa individu di dalam membuat keputusan (berpelaku) sesuai dengan *rules* tertentu, baik yang bersifat personal maupun kelompok, dan tidak diatur/didasarkan pada hukum-hukum alam yang bersifat deterministik.

Menurut Ninna Syam (2002:15), keteraturan dalam komunikasi manusia merupakan fungsi dari lima faktor sebagai berikut :

1. Hukum alam, fisiologis (*faali*), biologi, psikologi, dan bahkan fisika memungkinkan munculnya tindakan atau gerakan tertentu. Gerakan-gerakan tertentu itu sangat dipengaruhi oleh hukum-hukum gerak atau tindakan yang bersifat fisikal dan neurologikal. Ini semua mempengaruhi semua perilaku manusia (P. Andersen, Garrison & J. Andersen, 1979).
2. *Rules* (norma-norma budaya) ada pada diri setiap orang, baik dalam sistem regional maupun sosial, meskipun tidak disadari. Manusia berperilaku sesuai dengan norma-norma ini karena setiap orang dalam konteks kebudayaannya berperilaku sama/serupa, dan ini seringkali tanpa disadari (P. Andersen, Lustig & J. Andersen, 1987).
3. Sifat-sifat pribadi (*personal traits*) merupakan predisposisi, pola-pola personal atau tindakan-tindakan yang bersifat habitual (kebiasaan) yang telah dan sedang berkembang pada diri individu. Ini sering kali tidak disadari, kecuali jika mereka mencapai tingkai kesadaran tertentu, maka pola-pola semacam itu dipandang sebagai bagian dari kepribadian. Orang menggambarkan dirinya dengan ribuan istilah sifat seperti kasih sayang, *nervous*, malu atau *talk-active* (senang ngobrol) (P. Andersen, 1987).
4. Pola-pola relasional (*relational patterns*) merupakan tindakan yang bisa diramalkan (terpola) pada situasi komunikasi kelompok kecil atau *dyads*. Mereka yang terlibat mungkin sadar atau mungkin tidak, senang atau tidak senang dengan

keteraturan ini, tetapi keteraturannya nampak mencolok (mudah diramalkan) (Cronea Pearce dan Snavelly, 1979).

5. Pilihan-pilihan yang disadari relatif dapat menggambarkan semua bentuk perilaku komunikasi ((P. Andersen, 1986). Bagaimanapun juga manusia dapat melakukan suatu pola perilaku yang sangat disadari seperti dalam membuat perencanaan, penyusunan strategi, taktik serta perilaku lainnya yang diarahkan untuk mencapai suatu sasaran.

Kaca mata keilmuan pun memandang istilah komunikasi sudah mengalami perluasan. Komunikasi sudah milik semua disiplin ilmu, tidak hanya Ilmu Sosial, tetapi ilmu-ilmu eksakta pun sudah lekat dengan istilah komunikasi. Kita sekarang mengenal komunikasi kesehatan, komunikasi fisika, komunikasi biologi, komunikasi matematika, dan komunikasi-komunikasi lainnya. Bahkan, Perspektif Pohon Komunikasi yang digambarkan Nina Winangsih Syam (2002) dalam *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi* memaparkan dengan jelas bahwa terjadi sinergitas di antara Ilmu Komunikasi dengan ilmu-ilmu lainnya, sehingga komunikasi disebut sebagai ilmu yang multidisipliner.

Kenyataan tersebut menjadi landasan yang kokoh bagi setiap ilmuwan untuk mempersepsikan definisi komunikasi sesuai dengan pendekatan masing-masing. Katrine Miller (2005) menyatakan bahwa konsep komunikasi sangat banyak dan berubah secara substantif sepanjang waktu. Sarah Trenholm (1991) menyatakan bahwa meskipun komunikasi dapat lintas negara, hal ini bukan berarti komunikasi tidak dapat dipahami. Kendati dalam konteks Etimologi Bahasa, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata bahasa Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam persepsi umum, kata *sama* yang dimaksud di sini adalah sama makna; sama persepsi, sehingga melahirkan kesamaan dalam memaknai sesuatu.

Kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk perbincangan, komunikasi terjadi jika di antara dua orang tersebut terjadi kesamaan makna mengenai hal yang diperbincangkan tersebut. Dalam konteks ini, Onong Uchjana Effendi (2001:9) mengistilahkannya sebagai tindakan yang komunikatif.

Oleh karena itu, sama merupakan ruhnya bagi komunikasi karena kesamaan persepsi akan melahirkan kesamaan makna dan hal itu merupakan landasan lahirnya komunikasi yang efektif. Banyak orang ramai-ramai belajar Bahasa Inggris merupakan fakta logis untuk

membangun komunikasi yang efektif dengan warga dunia dengan asumsi dasar sekitar 70% warga dunia menggunakan Bahasa Inggris sebagai alat utama berkomunikasi.

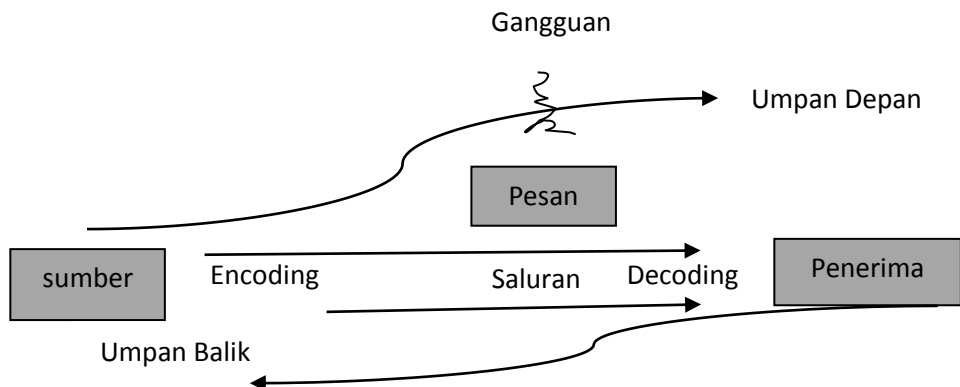
Indonesia pun yang merupakan negara penuh keberagaman, dari mulai berbeda suku bangsa, bahasa, adat istiadat, agama, ras, dan latar belakang budaya, diikat dengan berbagai kesamaan. Mulai dari merasa sama dari sisi aspek historis sebagai bangsa terjajah oleh Belanda dan berjuang untuk merebut kemerdekaan, sehingga dilahirkan kesamaan bahasa: Bahasa Indonesia, kesamaan bendera: Merah Putih, kesamaan lambang negara: Garuda Pancasila, kesamaan lagu kebangsaan: Indonesia Raya, dan kesamaan-samaan lainnya yang baik secara politis maupun ideologis untuk menguatkan dan mengikat perbedaan. Oleh karena itu, dikuatkan dalam jargon Bhika Tunggal Ika: Berbeda-beda tetapi satu tujuan sebagaimana kesepakatan bersama dalam aturan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai dasar konstitusional negara yang mengikat seluruh Bangsa Indonesia.

Kesamaan-kesamaan itulah yang membuat Indonesia tetap kokoh dan tangguh walaupun acapkali perbedaan mencuat ke permukaan sebagai sumber konflik, tetapi dapat dipadamkan karena kesamaan-kesamaan tersebut. Bahkan, Indonesia memiliki empat pilar kebangsaan yang terus dipupuk, dipelihara, dilestarikan, dan berusaha diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, yakni: Pancasila, UUD 1945, Bhika Tunggal Ika, dan NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia).

Sebaliknya, beda atau perbedaan seringkali diidentifikasi sebagai ancaman dalam membangun komunikasi yang efektif atau seringkali disebut sebagai kendala komunikasi (noise communication). Hal itu berangkat dari fakta dalam kehidupan sehari-hari manusia bahwa perbedaan acapkali menjadi sumber konflik, seperti halnya konflik Korea Utara-Korea Selatan yang tidak juga berkesudahan karena berbeda ideologi; atau antara India-Pakistan, termasuk di Indonesia seringkali konflik terjadi berlatar belakang isu agama, suku, ras, dan perbedaan lainnya.

Kendati Ulama Besar, Kiai Haji Abdullah Gymnastiar yang dikenal Aagim, sering menyebutkan bahwa perbedaan itu rahmat. Bahkan, ia menggambarkan bahwa musik itu indah terdengar karena berangkat dari perbedaan. Namun, musik menjadi indah karena berbeda dengan dibangun dalam harmonisasi yang dikomandoi oleh komposer. Dalam konteks inilah, perbedaan memang dapat menjadi indah jika diharmoniskan, sehingga melahirkan kajian manajemen konflik. Konflik

Gambar 2.2
Proses Komunikasi 2

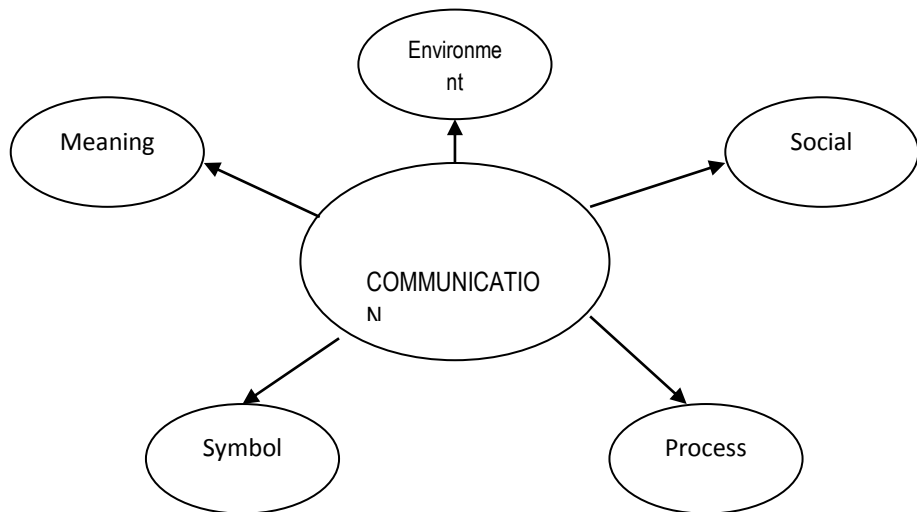


Sumber : Dan B.Curtis et.al,2004

Sumber (komunikator) adalah pemrakarsa suatu pesan. Penyandian atau penulisan sandi adalah suatu proses atau tindak penyeleksian simbol-simbol yang mewakili pikiran seseorang. Sebuah sumber memilih sandi verbal atau nonverbal, seperti Inggris-Amerika dan mengirimkan simbol-simbol melalui saluran-saluran (seperti gelombang suara dan rangsangan visual) yang akan dipahami oleh para penerima. Umpan depan adalah informasi pengantar mengenai komunikasi masa mendatang yang meliputi pesan-pesan verbal. Penguraian sandi adalah suatu proses pemberian arti terhadap simbol-simbol yang diterima. Penerima adalah orang-orang yang menerima simbol-simbol. Umpan balik adalah setiap pesan verbal atau nonverbal yang dikirimkan kembali kepada sumber yang berhubungan dengan pesan sumber. Gangguan adalah setiap faktor yang mengubah atau mencampuri penerimaan pesan yang jelas. Konteks meliputi kondisi fisik dan kondisi lain yang melingkupi tindakan komunikasi

Katrine Miller (2005) pun berpendapat bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial dimana individu menyampaikan simbol untuk menyeimbangkan dan menafsirkan makna dalam lingkungannya. Dalam konteks ini, terdapat lima kunci istilah dalam proses komunikasi, yakni sosial, proses, simbol, makna, dan lingkungan sebagaimana gambar berikut :

Gambar 2.3
Proses Komunikasi Sosial



Sumber Baldwin, 2004

Pertama diyakini bahwa komunikasi merupakan proses sosial. Pada saat ditafsirkan komunikasi sebagai proses sosial, hal itu melibatkan sejumlah orang dalam interaksi, minimalnya melibatkan dua orang, pengirim dan penerima (pesan). Hal ini tentu saja melibatkan intensitas, motivasi dan kemampuan. Komunikasi ini akan selalu berlangsung (tanpa awal) dan tanpa akhir sehingga komunikasi merupakan hal yang sifatnya kompleks, dinamis dan berubah secara kontinu.

Kedua, proses alami dari komunikasi dapat dilihat salah satunya dari awal hingga akhir percakapan. Dalam proses ini, individu dan budaya dapat mengubah efek komunikasi. Komunikasi sebagai proses berkaitan dengan sifat komunikasi yang tidak dapat diulang dan dikembalikan ke posisi sebelum komunikasi berlangsung. Dance (1967) menggambarkan proses komunikasi dalam bentuk spiral atau *helix*. Dance menyatakan bahwa pengalaman komunikasi merupakan akumulasi dan dipengaruhi oleh masa lalu sehingga proses komunikasi yang berlangsung tidak bersifat linier. Dengan demikian komunikasi merupakan proses yang berubah sepanjang waktu di antara partisipannya (pihak yang terlibat dalam proses komunikasi dimaksud).

Ketiga, komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu simbol. Simbol dimaksud merupakan label atau 'sesuatu' yang dapat mewakili

dan ditujukan pada suatu fenomena. Terdapat dua jenis simbol dalam proses komunikasi, yaitu (1) simbol konkret yang mewakili suatu obyek, dan (2) simbol abstrak yang mewakili suatu ide atau gagasan.

Keempat, hal yang mengaitkan antara proses dengan simbol adalah makna yang merupakan pusat dari pendefinisian komunikasi. Makna merupakan apa yang orang disarikan dari pesan.

Kelima, lingkungan merupakan situasi / konteks dimana komunikasi terjadi. Lingkungan dimaksud termasuk sejumlah elemen yang terdiri dari waktu, tempat, periode sejarah, hubungan dan latar belakang budaya antara pembicara dan pendengar.

Gerald Miller dan Mark Steinberg (1975) menafsirkan proses komunikasi sebagai berikut :

We have chosen to restrict our discussion of communication to intentional symbolic transactions: those in which at least one of the parties transmits a message to another with the intent of modifying the other's behavior... by our definition, intent to communicate and intent to influence are synonymous. If there is no intent, there is no message.

Meskipun demikian, hal tersebut dapat diperdebatkan, terutama terkait dengan adanya pesan yang disampaikan tanpa tujuan atau pesan yang disampaikan karena seseorang salah memberi makna terhadap sesuatu hal. Miller-Steinberg menyatakan bahwa yang disebut dengan komunikasi apabila pesan disampaikan secara sengaja (mempunyai tujuan) dan diterima secara akurat.

Palo Alto menyatakan bahwa ketika dua orang yang bersama-sama, mereka akan berkomunikasi karena tidak dapat menghindari dari berperilaku. Meskipun mereka saling diam dan menghindari kontak mata, pada hakikatnya mereka berkomunikasi. Lebih lanjut, mereka meyakini bahwa segala sesuatu yang dilakukan, termasuk pengabaian, berbicara yang membingungkan kepada orang lain pun juga merupakan komunikasi. Kenyataannya, Michael Motley (1990) memberikan alasan bahwa tidak semua perilaku merupakan komunikasi, hanya perilaku yang interaktif sajalah yang disebut sebagai komunikasi.

D. Fungsi Komunikasi

Tidak satu benda atau kata pun yang ada di dunia ini tidak berfungsi. Allah yang Maha Pemurah telah menciptakan seluruh isi bumi ini dengan fungsinya; untuk kemaslahatan umat. Namun, dalam kehidupan real selanjutnya, kadang manusia tidak memahami fungsi dari eksistensi suatu kata atau suatu benda tersebut.

BAB III

KOMUNIKASI MASSA

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Komunikasi Massa, baik dari sisi definisi, jenis, bentuk, fungsi, maupun teori sebagai bagian cabang dari Ilmu Komunikasi dan kaitannya dengan Media Massa, Pers, dan Jurnalistik.

B. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, siaran televisi, dan media sosial atau dunia maya dengan teknologi internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada khalayak yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Bittner (1980) mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai berikut: *"Mass communication is message communicated through a mass medium to large number of people.* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). "

Gerbner (1967) menulis definisi komunikasi massa adalah *mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies.* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Wright (1986) memberikan definisi komunikasi massa sebagai berikut:

The new form can be distinguished from older types by following mayor characteristic it is directed toward relatively large, heterogeneous and anonymous audiences, message are transmitted publicly often-times to reach most audience member simultaneously, and are transient in

character; the communicator tends to be or to operate within a complex organization that may involve great expense.

Littlejohn (1996:324) memberikan definisi komunikasi massa adalah *mass communication is the process whereby media organization produce and transmit messages to large publics and the process by which those messages are sought, used, understood, and influenced by audiences.*

Joseph Devito (1978) dalam *Communicology: An introduction to the study of communication* mendefinisikan,

First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or every one who reads or every one who watches television ; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazine, films, books and tapes.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan pada sejumlah besar khalayak yang heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik secara serentak, terbuka dan sekilas; Bahkan pada era kekinian, media massa bertambah dengan munculnya media sosial dengan berbagai ragam jenisnya, seperti facebook, website, twitter, line, youtube dan sebagainya.

C. Efek Media Massa

Aktivitas dalam komunikasi massa merupakan aktivitas sosial yang berlaku pada kehidupan masyarakat secara umum. Salah satu aktivitas pokok dalam komunikasi massa adalah sebagai transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya. Transmisi warisan sosial (*social heritage*) berfokus pada komunikasi pengetahuan, nilai-nilai dan norma-norma sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota-anggota suatu kelompok kepada anggota kelompok yang baru atau pendatang baru (Susanto,1974).

Salah satu bentuk dari aktivitas transmisi warisan sosial yakni proses penerusan nilai-nilai dan norma-norma politik yang berlaku dari satu generasi ke generasi lain. Dalam proses penyebaran dan penerusan nilai-nilai dan perilaku politik itu, media massa memegang peranan yang sangat penting. (Susanto,1976:163). Sebab media massa, dalam proses aktivitas komunikasi massa, dapat menyebarkan informasi, pengetahuan, bahkan dapat membentuk opini publik. Keadaan tersebut akan dapat mempengaruhi sikap dan tingkah laku politik pada masyarakat. Dengan demikian, peranan komunikasi massa (media massa) memiliki andil yang cukup signifikan terhadap sikap dan tingkah laku berpolitik pada suatu masyarakat.

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dapat dibagi dalam tiga kategori, yakni media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, media massa elektronik seperti radio, televisi, dan media social yang menggunakan internet (*media online*). Setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing.

Karakteristik yang paling menonjol dari eksistensi media massa adalah efek pesan yang disampaikan kepada komunikan (massa). Karena berbagai kelebihan karakternya, televisi dianggap paling besar memberikan pengaruh terhadap komunikan jika dibanding dengan media massa lainnya. Dari beragam media massa (surat kabar, majalah, radio, televisi), tidak dapat disangkal, televisilah yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga “datang langsung” ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca).

Televisi tidak mengenal pembatas daratan dan lautan, gunung-gunung, dan lembah-lembah. Bahkan, batasan negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran dari

		(mengkhayalkan)	memerlukan banyak orang dan <i>higt technology</i> .
Aktualitas: Masih hangat, terkini, baru (konteks berita)	Cover menjadi daya tarik utama	Akrab: terjalin hubungan "intim" dengan pendengar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana sangat pribadi	
Terdokumentasikan: Dapat didokumentasikan/diarsipkan dalam bentuk kliping		<i>Convensatuoinal Style</i> : informasi disampaikan dengan gaya percakapan	
		Menjaga Mobilitas: Mendengarkan informasi radio tidak mengganggu aktivitas	

E. Kode Etik Media Massa

Dalam menjalankan fungsinya, media massa harus menaati berbagai ketentuan yang berlaku dalam lingkungan tempat media massa itu hidup, baik ketentuan yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Ketentuan-ketentuan itulah yang dapat dikategorikan etika media massa atau dalam istilah Ardianto dkk (2007) etika komunikasi massa. Etika media massa adalah kewajiban-kewajiban yang harus ditaati oleh media massa yang menjadi takaran penilai baik-buruknya media massa itu.

Sobur (2001) yang "sepakat" dengan Ardianto dkk (2007) memandang bahwa etika media massa atau etika komunikasi massa sama dengan etika pers. Oleh karena itu, mereka mendefinisikan etika media massa adalah filsafat moral yang berkenaan dengan kewajiban-kewajiban pers dan tentang penilaian tentang pers yang baik dan pers yang buruk atau pers yang benar dan pers yang salah. Etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Etika pers mempermasalahkan bagaimana seharusnya pers

itu dilaksanakan agar dapat memenuhi fungsinya dengan baik. Ditegaskan Sobur (2001), etika pers adalah kesadaran moral, yakni pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat, bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers.

Lahirnya persepsi yang menyamakan antara etika pers dengan etika media massa atau etika komunikasi massa memang dapat dipahami karena di antara ketiga istilah tersebut bersentuhan erat. Bahkan, sejumlah ilmuwan ada juga yang menyamakan antara pers dengan media massa, walaupun dalam konteks lain ada juga yang membedakan. Sebagaimana pemahaman yang telah dikemukakan, pers adalah lembaga tempat berhimpunnya kegiatan jurnalistik yang dijalankan oleh para wartawan yang menghasilkan media massa. Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan media massa. Hal itu mengandung arti bahwa antara pers, media massa, dan komunikasi massa berbeda. Namun, ketika muncul “etika” yang di dalamnya berbicara tentang “aturan”, dapat saja aturan itu menjadi bagian yang secara langsung atau tidak langsung mengikat baik terhadap pers, media massa, maupun komunikasi massa. Karena dalam konteks perbedaan tersebut menunjukkan antara pers, media massa, dan komunikasi massa adalah rangkaian proses yang menunjukkan kesinambungan. Pers adalah lembaganya, komunikasi massa prosesnya, dan media massa adalah hasilnya. Oleh karena itu, ketika terdapat etika yang berisi aturan-aturan yang harus ditaati, maka baik pers, komunikasi massa, maupun media massa akan merupakan bagian yang ikut terikat oleh aturan tersebut. Namun, untuk memudahkan pemahaman, dalam buku ini penulis mengistilahkan etika media massa.

Media massa memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media massa yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat. Apalagi dalam konteks realitas, media massa tidak hanya berhubungan dengan orang per orang. Media massa berkaitan dengan penyampaian pesan/informasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media massa tidak beretika atau berperilaku buruk, salah, atau tidak tepat yang menjadi korban juga

BAB IV P E R S

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Pers sebagai lembaga yang melahirkan Media Massa dan tempat berjalannya kegiatan Jurnalistik bagi para wartawan, baik dari sisi definisi, sejarah, sistem per dunia, maupun fungsi sebagai bagian penting ketika akan membahas tentang Jurnalistik.

B. Pengertian Pers

Sejumlah ilmuwan dalam beberapa buku yang mengupas tentang pers memberikan definisi pers dalam berbagai perspektif. Mereka memandang secara umum, selaras, dan menunjukkan banyak kesamaan. Hal itu merupakan bukti bahwa para ilmuwan telah bersepakat untuk memberikan definisi tentang pers.

Secara etimologis, istilah *pers* berasal dari Bahasa Belanda yang artinya menekan atau mengepres. Kata itu sepadan dengan kata *press* dalam Bahasa Inggris; *presse* dalam Bahasa Perancis yang juga berarti menekan atau mengepres. Kata tersebut berasal dari Bahasa Latin , *presaare* dari kata *premere* yang berarti *tekan* atau *cetak*. Istilah ini diambil berkait dengan proses pembuatan barang cetakan. Pada masa lalu, proses pencetakan melalui penekanan. Jalinan huruf yang sudah disusun sesuai dengan keinginan ditekan pada lapisan kertas, sehingga huruf-huruf tersebut pindah ke kertas. Agar huruf-huruf itu muncul di kertas dengan jelas, maka perlu dilakukan penekan yang kuat yang diistilahkan di-press. Oleh karena itu, segala barang cetakan diistilahkan pers atau press.

Fakta itu menjadi lebih berkembang setelah muncul barang cetakan yang menjadi salah satu media komunikasi, sehingga pers sering dianalogikan media cetak, seperti surat kabar atau majalah. Secara harfiah pers mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan.

Makna ini pun berkembang lagi dengan perspektif kalangan insan pers. Oleh karena itu, menurut mereka, *pers* pun sering dikategorikan sebagai singkatan dari *persuratkabaran*. Hal ini menguatkan istilah pers tidak hanya menyangkut barang cetakan, tetapi media komunikasi yang dibuat melalui cetakan yang dinamakan surat kabar beserta seluk-beluknya. Hal itu makin menguatkan istilah pers untuk mengidentikkan dengan dunia persuratkabaran.

Leksikon komunikasi membatasi pers sebagai berikut: 1) usaha percetakan atau penerbitan; 2) usaha pengumpulan atau penyiaran berita;

3) penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio dan televisi; 4) orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita; 5) medium penyiaran berita, yakni surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Weiner (1990:367) berpendapat, pers adalah: 1) wartawan cetak atau media cetak (istilah yang lebih meluas untuk semua media); 2) publisitas, peliputan berita; 3) mesin cetak, naik cetak. Sementara itu, Sobur (2001:146) menyimpulkan bahwa pers adalah media cetak yang mengandung penyiaran fakta, pikiran, ataupun gagasan dengan kata-kata tertulis. Dalam perspektif bisnis, Djuroto (2004:3) menyebutkan pers sebagai suatu kelompok kerja yang terdiri dari berbagai komponen (wartawan, redaktur, tata letak, percetakan, sirkulasi, iklan, tata usaha, dan sebagainya) yang menghasilkan produk berupa media cetak.

Istilah pers pada era sembilan puluhan makin berkembang. Istilah pers makin menguatkan konteksnya pada media komunikasi. Istilah pers pun berkembang mengikuti perkembangan media komunikasi. Ketika, media komunikasi menguat pada surat kabar, istilah pers hanya berlaku pada media cetak. Namun, ketika berkembang juga media komunikasi lainnya, terutama media elektronik seperti televisi dan radio, bahkan akhir-akhir ini internet atau media sosial, maka munculah makna pers secara luas, yakni menyangkut juga media elektronik dan media online. Oleh karena itu, ketika berbicara pers, maka berbicara media cetak, media elektronik, dan media sosial. Hal itu membenamkan makna lama bahwa pers tidak sekedar berkaitan dengan cetakan atau media cetak.

Namun begitu, sebagian insan pers, bahkan para ilmuwan komunikasi sering membagi pengertian pers dalam konteks sempit dan luas. Arti pers secara sempit hanya sekitar persuratkabaran, tetapi dalam arti luas pers menyangkut media cetak dan media elektronik. Bahkan, juga pers sering dikaitkan langsung dengan kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun oleh wartawan media cetak.

Dalam konteks yuridis formal di Indonesia, arti pers dibatasi melalui Pasal 1 ayat (a) Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dalam undang-undang itu disebutkan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Batasan pers berdasarkan undang-undang tersebut menguatkan pengakuan terhadap pers yang ada di Indonesia dalam sejumlah posisi

strategis. Pertama, pers sebagai lembaga sosial (*social institution*). Hal ini menyuratkan bahwa pers yang hidup di Indonesia harus berpikir, bersikap, dan berperilaku sebagaimana lembaga sosial lainnya. Pers di Indonesia harus lebih mengutamakan pengabdian terhadap pengembangan kehidupan sosial masyarakat, termasuk di dalam menanamkan nilai-nilai sosial yang tinggi terhadap masyarakat. Hal ini merupakan posisi yang strategis bagi pers di antara degradasi budaya masyarakat Indonesia saat ini. Masyarakat Indonesia memang masyarakat yang memiliki citra sosial yang tinggi ketimbang masyarakat negara lainnya, terutama negara-negara di Barat. Masyarakat Indonesia adalah masyarakat kolektifis, sedangkan masyarakat Barat masyarakat individualis. Namun, karakter kolektifis masyarakat Indonesia era ini tengah mengalami degradasi menuju pada masyarakat yang individualis. Hal itu terjadi di antaranya karena pengaruh pemberitaan di media massa (pers). Padahal, sejatinya sebagai lembaga sosial, pers di Indonesia harus dapat menguatkan budaya masyarakat yang sudah ada sembari memfilter masuknya budaya asing.

Kedua, pers di Indonesia sebagai lembaga kemasyarakatan. Hal ini menunjukkan bahwa pers di Indonesia merupakan kegiatan atau aktivitas masyarakat dalam mengembangkan ide, gagasan, dan buah pemikiran untuk kemajuan bangsa dan negara ini. Oleh karena itu, pers merupakan lahan bagi setiap anggota masyarakat untuk mengabdikan diri mereka terhadap bangsa dan negara ini. Pers memang tidak dapat lepas dari kehidupan masyarakat, selain karena pers merupakan kegiatan masyarakat, pers pun harus menjadi jembatan komunikasi di antara masyarakat dengan berbagai pihak, termasuk dengan pemerintah. Bahkan, dalam beberapa aspek pers pun harus ikut serta melindungi masyarakat. Pers harus melayani dan mengatur kebutuhan hati nurani masyarakat.

Ketiga, pers merupakan wahana komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa (tentang komunikasi massa akan dibahas pada bab tersendiri). Oleh karena itu, segala kegiatan media massa di Indonesia sangat bergantung dari eksistensi pers. Sebagaimana sejumlah Teori Komunikasi Massa (akan dibahas pada Bab tersendiri) yang menunjukkan kekuatan dan kedasyatan daya pengaruh terhadap massa (masyarakat umum), maka pers sebagai wahana pengendalinya. Besar atau kecilnya pengaruh media massa terhadap kehidupan masyarakat sangat ditentukan oleh eksistensi pers dalam mengembangkan kegiatan jurnalistiknya.

Keempat, pers sebagai pelaksana kegiatan jurnalistik, yakni kegiatan mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan

BAB V

JURNALISTIK DAN WARTAWAN

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Jurnalistik, baik sebagai bagian dari *Ilmu Komunikasi*, kaitannya dengan *pers*, *media massa*, dan *wartawan* maupun sebagai teknik untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi sebagai bentuk pelayanan informasi terhadap khalayak/publik.

B. Pengertian Jurnalistik

Ketika membahas Komunikasi, dipastikan di antaranya dibicarakan Jurnalistik karena dalam pemahaman ilmu kontemporer (kekinian), Jurnalistik merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi. Kendati banyak pemahaman yang muncul, terutama dari kajian historis yang memaparkan bahwa sangat dimungkinkan Ilmu Jurnalistik lebih tua ketimbang Ilmu Komunikasi. Namun, setidaknya kalau mencermati kajian ilmu pada era ini yang dikonkretkan dalam wujud pembagian disiplin ilmu di perguruan tinggi, Jurusan atau Program Studi Jurnalistik selalu menjadi bagian dari Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom). Bahkan, kendati Ilmu Komunikasi pun dianggap sebagai bagian dari Ilmu Sosial, sehingga Ilmu Komunikasi menjadi jurusan atau program studi yang berada di bawah Fakultas Ilmu Sosial Politik (Fisip), tetap saja Jurnalistik menjadi kajian/konsentrasi Jurusan atau Program Studi Ilmu Komunikasi.

Pun dalam bahasan buku ini, untuk membahas Jurnalistik diawali dengan pembahasan Ilmu Komunikasi sebagaimana dipaparkan di muka. Hal itu mengandung arti bahwa buku ini berada pada terminologi bahwa Kajian Jurnalistik merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi. Sebelum Jurnalistik dibahas lebih mendalam, buku ini membahas Komunikasi terdahulu, kendati cukup hanya pengantar dan tidak mendalam.

Secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam Bahasa Prancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, Jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff, 1983:9). Bahkan, tatkala Bahasa Inggris sudah merajai bahasa ilmu sebagaimana yang terjadi di Indonesia, kata Jurnalistik itu berasal dari kata Bahasa Inggris Journalism yang dapat dimaknai aktivitas atau profesi menulis untuk surat kabar atau majalah atau siaran berita di radio atau televisi.

Ada juga ilmuwan yang menyusuri pengertian Jurnalistik dari etimologi bahwa berasal dari dua suku kata, yakni *journal* dan *istik*. Jurnal

berasal dari Bahasa Perancis, *journal*, yang berarti catatan harian. Dalam Bahasa Latin juga ada kata yang hampir sama bunyi dan upacannya dengan *journal* yakni *diurna*, yang mengandung arti *hari ini*. Memang pada zaman Kerajaan Romawi Kuno saat Julius Caesar berkuasa, dikenal istilah *acta diurna* yang berarti rangkaian akta: gerakan, kegiatan, dan kejadian sehari-hari.

Sementara itu, kata *istik* merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan dimaksud adalah mewujudkan berbagai karya seni dan atau keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan, seperti kayu, batu, kertas, cat, atau suara, termasuk di dalamnya semua macam bangunan, kesusastraan, dan musik yang mengandung nilai seni atau keindahan. Oleh karena itu, Jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam bentuk catatan peristiwa sehari-hari yang memiliki nilai keindahan, sehingga menarik perhatian khalayak pembaca, pendengar, pemirsa.

Dalam konteks lebih luas, jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (Suhandang, 2004 : 21).

Susanto (1986:73) menyebutkan, jurnalistik adalah kejadian pencatatan dan atau pelaporan, serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari. Effendy (1981: 102) menyatakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarluasannya kepada masyarakat. Widjaja (1986: 27) menyebutkan bahwa jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu secepat-cepatnya. Kusumahningrat (2007:15) memberikan definisi, Jurnalistik atau Journalisme berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. Ia pun mengutip pendapat MacDougall (1972) bahwa jurnalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.

Ensiklopedi Indonesia secara rinci menerangkan, Jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada. Bahkan, ada juga yang memberikan definisi bahwa Jurnalistik artinya kewartawanan atau hal-

ikhwah pemberitaan. Menurut kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis di surat kabar, majalah, dan media massa lainnya.

Istilah jurnalistik, menurut Dian Amalia (2007), erat kaitannya dengan istilah pers dan komunikasi massa. Jurnalistik adalah seperangkat atau suatu alat media massa. Pengertian jurnalistik dari berbagai literature dapat dikaji definisi jurnalistik yang jumlahnya begitu banyak. Namun jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di dunia. Apapun yang terjadi baik peristiwa faktual (fact) atau pendapat seseorang (opini), untuk menjadi sebuah berita kepada khalayak. Jurnalistik bukan pers, bukan media massa. Menurut kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis surat kabar, majalah, atau berkala lainnya.

Roland E. Wolseley dalam *Understanding Magazines* (1969:3) menjelaskan, Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran.

Secara teknis, Haris Sumaditirna (2005) memberikan batasan bahwa jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. Oleh karena itu yang menjadi produk hasil jurnalistik adalah berita yang disebarkan melalui media massa, baik media cetak, seperti surat kabar dan majalah; media elektronik, seperti radio dan televisi; media sosial, seperti web site, facebook, twitter, dan lain-lain. Oleh karena itu, karya jurnalistiknya pun berbeda-beda atau memiliki karakter masing-masing, yakni karya jurnalistik cetak yang disebarkan melalui media cetak, karya jurnalistik elektronik yang disebarkan melalui media elektronik, dan karya jurnalistik sosial yang disebarkan melalui media sosial.

Jurnalistik yang dalam Bahasa Inggris disebut juga *Jurnalism* dan seringkali disebut *literature in a hurry* karena jurnalistik membutuhkan kecepatan. Para pembaca tidak akan pernah berfikir bahwa kumpulan berita yang ada di dalam surat kabar, sesungguhnya merupakan akumulasi dari proses panjang, melelahkan, yang tidak jarang bahkan mempertaruhkan nyawa sang wartawan.

Salah seorang wartawan senior pernah berkata; "Jika anda ingin eksisting jadilah pembalap, jika anda ingin kaya jadilah Bankir, tapi jika anda ingin duduk di antara orang-orang yang membuat sejarah, jadilah

wartawan” sebuah ungkapan menggetarkan yang layak direnungkan para wartawan, bahwa mereka bukanlah kuli tinta, tapi pembuat sejarah yang tidak harus *manut* pada redaksi seperti kerbau yang sedang dicocok hidungnya.

C. Sejarah Jurnalistik

Sudah merupakan Sunatullah bahwa setiap fakta yang ada dalam kehidupan manusia di dunia ini pasti terdapat cerita asal-muasalnya yang disebut secara umum sejarah. Hal itu mengandung arti, tidak ada suatu peristiwa pun di dunia ini yang berdiri sendiri, pasti merupakan rangkaian dari peristiwa-peristiwa lainnya. Oleh karena itu, kajian sejarah merupakan kajian yang menarik dan diminati banyak orang karena dapat memberikan kontribusi pada pengungkapan suatu peristiwa dari yang sangat kecil sampai yang sangat besar.

Tidak sedikit juga pengungkapan sebuah peristiwa dilatarbelakangi keyakinan yang sangat ideologis, seperti agama. Apalagi agama pun banyak mengajarkan sejarah yang pasti tidak dapat dibantah karena merupakan karya Yang Maha Kuasa. Seperti halnya Kitab Suci Al-Quran yang di dalamnya kaya sekali dengan pengungkapan sejarah umat manusia, termasuk peristiwa-peristiwa yang mengikutinya. Terlebih dalam konteks filsafat ilmu, Agama pun diyakini sebagai jalan utama untuk mencapai kebenaran, selain Filsafat, Ilmu, Sastra, dan Budaya.

Begitu juga dalam hal sejarah Jurnalistik. Banyak ilmuwan yang berpendapat bahwa Nabi Nuh adalah orang pertama yang melakukan pencarian dan penyampaian berita, sehingga dapat diasumsikan bahwa Nabi Nuh adalah wartawan pertama di dunia. Dikisahkan bahwa pada waktu itu sebelum Allah SWT menurunkan banjir besar, maka diutuslah malaikat menemui dan mengajarkan cara membuat kapal laut sampai selesai kepada Nabi Nuh. Kapal tersebut dibuat di atas bukit dan bertujuan mengevakuasi Nabi Nuh bersama sanak keluarganya dan seluruh pengikutnya yang saleh dan segala macam hewan berpasangan. Setelah semua itu dilakukan, turunlah hujan selama berhari-hari yang disertai angin kencang yang mengakibatkan terjadilah banjir besar. Dunia pun dengan cepat menjadi lautan yang sangat besar dan luas.

Nabi Nuh bersama orang-orang yang beriman lainnya dan hewan-hewan di dalam bahtera, berlayar atas gelombang banjir yang dahsyat dan akhirnya selamat. Berbulan-bulan terombang-ambing di atas banjir, Nabi Nuh beserta pengikutnya khawatir dan gelisah karena persediaan makanan mulai berkurang. Kemudian, Nabi Nuh mengutus seekor burung dara ke luar kapal untuk meneliti keadaan air dan kemungkinan adanya makanan. Beberapa lama burung itu terbang,

upayanya sia-sia. Burung dara hanya melihat daun dan ranting pohon zaitun (olijf) yang tampak muncul ke permukaan air. Ranting itu pun dipatuknya dan dibawanya pulang ke kapal. Dari penemuan burung, Nabi Nuh mengambil kesimpulan, air bah sudah mulai surut, tapi permukaan bumi masih tertutup air, sehingga burung dara tidak menemukan tempat untuk istirahat. Kabar dan berita itu pun disampaikan Nabi Nuh kepada seluruh anggota penumpangnya.

Atas dasar fakta tersebutlah, para ahli sejarah menamakan Nabi Nuh sebagai seorang pencari berita dan penyiar kabar (wartawan) yang pertama kali di dunia. Bahkan, disimpulkan Kantor Berita pertama di dunia adalah Kapal Nabi Nuh.

Peristiwa lain yang dianggap ada kaitannya dengan sejarah Jurnalistik adalah catatan peristiwa Kerajaan Romawi jaman Raja Imam Agung yang selalu menyuruh orang membuat catatan tentang segala kejadian penting. Catatan itu dibuat pada *annals* (papan tulis yang digantungkan di serambi rumah raja). Catatan pada papan tulis itu merupakan pemberitahuan atau pengumuman bagi setiap orang yang lewat.

Hal seperti itu dilanjutkan Raja Julius Caesar dengan selalu mengumumkan hasil persidangan senat, berita tentang kejadian sehari-hari, peraturan-peraturan penting, serta apa yang perlu disampaikan dan diketahui rakyatnya, dengan jalan menuliskannya pada papan pengumuman berupa papan tulis pada masa itu (60 SM). Papan tulis itu dikenal dengan sebutan *acta diurna* dan diletakkan di Forum Romanum (Stadion Romawi) untuk diketahui umum. Terhadap isi *acta diurna* tersebut setiap orang boleh membacanya, bahkan boleh mengutipnya dan menyebarkannya ke tempat lain. *Acta diurna* itulah yang disebut-sebut sebagai cikal bakal lahirnya surat kabar harian.

Berbeda dengan media berita saat ini yang 'mendatangi' pembacanya, pada waktu itu pembaca yang datang kepada media berita tersebut. Sebagian khalayak yang merupakan tuan tanah/hartawan yang ingin mengetahui informasi menyuruh budak-budaknya yang bisa membaca dan menulis untuk mencatat segala sesuatu yang terdapat pada Acta Diurna. Dengan perantaraan para pencatat yang disebut *Diurnarii*, para tuan tanah dan hartawan tadi mendapatkan berita-berita tentang Senat.

Diurnarii tidak terbatas kepada para budak, tetapi juga orang bebas yang ingin menjual catatan harian kepada siapa saja yang memerlukannya. Beritanya pun bukan saja kegiatan senat, tetapi juga hal-hal yang menyangkut kepentingan umum dan menarik khalayak. Akibatnya terjadilah persaingan di antara *Diurnarii* untuk mencari berita

Oleh karena itu, wartawan-wartawan yang pertama lahir ketika zaman kepemimpinan Julius Caesar (100-44SM). Waktu itu sudah terdapat media bentukan pemerintah yaitu *Acta senatus* yang berisi hasil rapat senat dan *Acta Diurna* yang berisi hasil rapat rakyat dan berita lainnya. Para pemilik budak pada zaman itu menyuruh budaknya untuk mencari informasi tentang apapun sesuai keinginan majikannya yang nantinya dilaporkan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Merekalah *Diurnarii*, wartawan pertama di dunia.

Terlepas kata mana yang akan digunakan, wartawan atau jurnalis, keduanya memiliki makna yang sepadan, termasuk dalam konteks dunia pers nasional. Setidaknya pengakuan yang sama terhadap kata tersebut tercermin dari pengakuan masyarakat Indonesia terhadap dua organisasi pencari dan pembuat berita di Indonesia, yakni Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dengan Asosiasi Jurnalis Independen (AJI). Kedua lembaga itu diakui sebagai tempat bernaungnya orang-orang yang berprofesi sebagai pencari dan pembuat berita.

Selain kedua istilah tersebut, di Indonesia muncul juga reporter. Dalam persepsi masa lalu antara reporter dengan wartawan atau jurnalis berbeda. Reporter sering lekat dengan orang yang berprofesi pencari dan pembuat berita, tetapi khusus untuk media elektronik, terutama televisi. Sementara itu, wartawan atau jurnalis khusus untuk pencari dan pembuat berita di media cetak. Namun, persepsi tersebut perlahan menjadi lebur. Bahkan, ada juga yang mengkategorikan antara reporter, wartawan, dan jurnalis sama artinya. Yang membedakan asal katanya. Reporter berasal dari kata *raport* yang berarti melaporkan. Dulu, memang seorang reporter “hanya” bertugas melaporkan peristiwa secara langsung dari TKP (Tempat Kejadian Perkara) melalui pandangan mata mereka jika laporan untuk radio atau kamera mereka jika laporan untuk televisi. Namun, pada masa kini reporter pun melakukan kegiatan menulis berita untuk dibacakan pada siaran berita radio atau televisi, bahkan untuk media cetak.

Selain ketiga istilah tadi, muncul juga istilah fotografer dan kamerawan. Wartawan, jurnalis, reporter, fotografer, dan kamerawan, sama-sama bekerja di media massa dan mereka pun sama-sama bersentuhan dengan pencarian berita. Namun, bidang pekerjaan/profesi fotografer lebih spesifik hanya mendokumentasikan kejadian dalam bentuk foto-foto yang berkaitan dengan berita, kendati dalam pandangan luas ada juga profesi fotografer untuk memotomodel atau foto diri untuk keperluan pribadi, seperti fotografer amatir. Hal yang sama juga pada kamerawan, dalam konteks kegiatan jurnalistik, kamerawan memiliki tugas untuk mendokumentasikan kejadian yang berkaitan dengan

berita dalam bentuk film. Walaupun dalam pandangan luas, muncul juga istilah kamerawan dalam konteks film atau sinetron, bahkan kamerawan amatir untuk mengabadikan kegiatan-kegiatan pribadi/keluarga, seperti film pernikahan dan lain sebagainya.

Masih dalam dunia media massa, dikenal juga profesi editor atau redaktur. Istilah itu berasal dari Bahasa Belanda dan Perancis *redacteur*. Kedua profesi ini dalam konteks fungsional di media massa memiliki tugas yang hampir sama; bahkan sama. Redaktur memiliki tugas utama melakukan pengeditan/penyuntingan berita hasil penulisan wartawan. Pada media cetak, redaktur atau editing ini menyunting tulisan wartawan sehingga memenuhi standar yang diinginkan oleh media massa. Pada media elektronik, redaktur atau editor tidak hanya menyunting tulisan wartawan, tetapi juga mengedit film yang merupakan pendukung tulisan wartawan. Redaktur atau editing pun biasanya memiliki hak “istimewa” yakni menyunting, menerima, dan menolak berita yang disodorkan wartawan.

Dalam menunjukkan eksistensinya dalam dunia media massa, wartawan pun sering mendapatkan julukan-julukan unik, baik julukan itu datang dari kalangan wartawan sendiri maupun dari masyarakat. Julukan tersebut di antaranya: Ratu Dunia Tanpa Mahkota, kuli tinta, juru warta, juru berita, ahli berita, bahkan akhir-akhir ini sesuai dengan perkembangan teknologi informasi lahir sebutan kuli disket, raja email, dan sebagainya. Bahkan, James Gordon Bennet, pendiri surat kabar The New York Herald menyebut wartawan sebagai separoh diplomat dan separoh detektif. Dikatakan diplomat karena wartawan harus pandai bergaul dengan semua orang; dengan berbagai tipe manusia yang berlainan sifat dan karakter. Detektif karena wartawan harus memiliki *nose for news*, penciuman berita yang tajam, sehingga dapat mendeteksi apa yang bakal terjadi (Lubis, 1963:67).

Menurut Adinegoro, wartawan ialah orang yang hidupnya bekerja sebagai anggota redaksi surat kabar, baik yang duduk dalam redaksi dengan bertanggung jawab terhadap isi surat kabar maupun di luar kantor redaksi sebagai koresponden, yang tugasnya mencari berita, menyusunnya, kemudian mengirimkannya kepada surat kabar yang dibantunya; baik berhubungan tetap maupun tidak tetap dengan surat kabar yang member nafkahnya (Sobur, 2001:1010).

Pers Nasional dalam persepsi yuridis juga memberikan batasan tentang wartawan. Dalam Ketentuan Umum pasal 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 wartawan didefinisikan karyawan yang melakukan pekerjaan kewartawanan. Yang dimaksud kewartawanan adalah pekerjaan/kegiatan/usaha yang sah yang berhubungan dengan

pengumpulan, pengolahan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan lain sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi dan film. Sementara itu, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 mendefinisikan wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

Sejumlah pasal dalam peraturan perundang-undangan tentang Pers pun menegaskan bahwa wartawan adalah sebuah profesi. Kendati pada awal-awalnya pengakuan profesi untuk wartawan ini tidak dikenal. Baik dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1966, Undang-Undang No. 4 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Pers, Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 dan Peraturan Menteri Penerangan Republik Indonesia No. 01/Per/Menpen/1984 tentang Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers tidak muncul istilah profesi. Namun, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, tepatnya pada Bab I, Pasal 1 ayat (10), muncul istilah profesi, “Hak tolak adalah hak wartawan karena *profesi*-nya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakan.” Kemudian, pada Bab III Pasal 8, “ Dalam melaksanakan *profesi*-nya wartawan mendapatkan perlindungan hukum.”

Landasan itulah yang menguatkan bahwa wartawan adalah sebuah profesi. Oleh karena itu, banyak hal yang dilakukan oleh para wartawan, terutama organisasi wartawan untuk menyejajarkan diri seperti profesi-profesi lainnya. Bahkan, organisasi wartawan tertua yang sempat menjadi satu-satunya organisasi wartawan di Indonesia pada pra-reformasi (sebelum lahirnya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999) telah memproklamasikan wartawan sebagai profesi.

Dalam konteks “yuridis”, PWI jauh-jauh hari sudah mencantumkan istilah profesi dalam Kode Etik Wartawan Indonesia dan dalam konteks praktis PWI pun sudah selektif dalam melakukan rekrutmen wartawan. Kendati media massa yang memiliki kewenangan untuk mengangkat wartawan, tetapi untuk membuktikan ia sebagai wartawan, harus memiliki Kartu “Biru” PWI. Untuk mendapatkan Kartu PWI, setiap media massa harus mengirimkan calon wartawannya untuk mengikuti test yang diselenggarakan PWI. Jika lulus, mereka berhak mendapatkan Kartu PWI dan menyandang sebutan profesi wartawan. Bahkan, setelah itu tidak hanya harus mengikuti test, seseorang yang ingin menjadi wartawan harus juga mengikuti KLT (Karya Latihan Wartawan) yang diselenggarakan PWI. Apalagi, pada pasca reformasi, jelas sekali pengakuan atas profesi wartawan terdapat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 sehingga fakta bahwa wartawan adalah

sebagai profesi makin kuat.

Apalagi, menurut Sobur (2001:104), terdapat empat macam atribut professional yang melekat pada wartawan. Pertama otonomi: ada kebebasan untuk melakukan pertimbangan sendiri dari menjalankan tugas, termasuk adanya organisasi yang dapat mengatur diri sendiri. Kedua komitmen: wartawan harus memiliki titik berat komitmen pada pelayanan terhadap masyarakat, bukan sekedar untuk keuntungan finansial pribadi. Ketiga keahlian: untuk menjadi seorang wartawan perlu keahlian tertentu melalui proses pendidikan dan latihan. Keempat tanggung jawab: dalam menjalankan tugasnya wartawan harus dapat mempertanggungjawabkannya.

Hal itu makin menguatkan bahwa dalam konteks formal wartawan harus memiliki etika. Tindakan PWI yang sudah lama membuat kode etik bagi para wartawan adalah tindakan yang tepat. Memang, secara filosofis, sejatinya semua pekerjaan, baik yang dapat dikategorikan profesi ataupun bukan harus memiliki etika. Bahkan, orang per orang yang tidak ada kaitanya dengan pekerjaan juga terikat dengan etika, baik disengaja atau pun tidak; baik disadari ataupun tidak. Karena etika menyangkut hati nurani manusia yang membedakan dengan makhluk lain dalam takaran benar-salah; baik-buruk. Namun, khusus bagi profesi etika merupakan bagian penting dan formal yang harus ada dalam bentuk tertulis dan hasil kesepakatan di antara orang atau pihak yang berkaitan dengan profesi tersebut. Bahkan, keberadaan kode etik bagi sebuah pekerjaan menunjukkan tingkat professional pekerjaan tersebut.

Namun, pada era reformasi dengan lahirnya kebijakan bahwa organisasi wartawan tidak tunggal (tidak hanya PWI) sebagai isi Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 diperlukan upaya kebersamaan dari organisasi wartawan tersebut untuk menyepakati kode etik wartawan Indonesia. Hal ini bukan berarti Kode Etik Wartawan produk PWI tidak berlaku lagi. Dalam konteks keanggotaan PWI, Kode Etik Wartawan yang dikeluarkan PWI tetap berlaku, tetapi hanya mengikat anggota PWI. Artinya, bagi wartawan yang organisasinya di luar PWI secara formal tidak terikat. Padahal, Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 dengan tegas menyebutkan bahwa. “ Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik. “ Kode Etik Jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawan.

Dalam penjelasan pasal tersebut ditegaskan kembali bahwa yang dimaksud Kode Etik Jurnalistik adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Penjelasan ini menguatkan bahwa harus ada kesepakatan di antara organisasi kewartawan untuk membuat kode etik, sehingga kode etik yang dibuat

“sepihak” atau oleh satu-dua organisasi kewartawanan tidak dapat mengikat secara formal wartawan yang tidak tergabung dalam organisasi tersebut. Sebagai perekat pelaksanaan kode etik di antara organisasi wartawan tersebut, secara formal ditetapkan oleh lembaga lain yang diberinama Dewan Pers.

Dalam Bab V Pasal 15 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 dijelaskan tentang apa atau siapa Dewan Pers itu. Dewan Pers adalah lembaga yang independen dan dibentuk untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional. Terkait dengan Dewan Pers akan dibahas pada Bab lain.

Kode Etik Jurnalistik seperti halnya kode etik yang dimiliki oleh profesi lainnya, seperti Kode Etik Dokter, Kode Etik Pengacara, Kode Etik Polisi, dan kode etik profesi lainnya. Kode Etik Jurnalistik berisi etika atau ketentuan-ketentuan tertulis yang harus ditaati oleh orang yang berprofesi sebagai wartawan/jurnalis. Karena bentuknya tertulis, Kode Etik Jurnalistik ini bersifat formal. Secara filosofis, etika yang mengatur tentang wartawan sebetulnya sudah ada, bahkan tidak hanya berlaku bagi wartawan, tetapi bagi semua profesi; bagi semua makhluk hidup di dunia ini.

Wartawan adalah manusia biasa. Sebagai makhluk di muka bumi ini, kehidupan wartawan diatur oleh Khalik yang Maha Pengasih dan Penyayang. Wartawan adalah khalifah yang diberikan amanah untuk selalu mengabdikan diri pada Allah Swt. Oleh karena itu, sebagaimana khalifah lainnya, segala amanah tersebut harus dipertanggungjawabkan di alam kekal kelak.

Allah Swt berfirman, *“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya Dia akan melihat (membalas)-nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrah pun, niscaya ia akan melihat (balasan)-Nya pula”* (QS,99:7-8).

Ketentuan Yang Maha Kuasa tersebut berlaku bagi semua umat manusia di muka bumi ini, termasuk bagi wartawan. Segala perbuatan wartawan, baik yang benar maupun yang salah menurut syari’at Islam, akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah Swt.

Allah berfirman, *“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kami tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya”* (QS, 17:36).

Wartawan adalah profesi yang strategis. Profesi ini tidak hanya menuntut kekuatan otot, tetapi memerlukan keterlibatan seluruh eksistensi diri. Selain harus mengerahkan seluruh kemampuan panca-indra (melihat, mendengar, merasa), juga harus menggunakan hatinya dalam menjalankan tugas. Oleh karena itu, sangat wajar jika hasil

pekerjaan wartawan, baik dalam bentuk tulisan di media cetak, siaran di radio, dan tayangan di televisi, atau apapun bentuknya berpengaruh besar pada kehidupan masyarakat. Wartawan memiliki andil besar dalam membangun dan menumbuhkan prinsip-prinsip moral masyarakat. Wartawan memiliki peran besar dalam mempertahankan, memperkenalkan, sekaligus membunuh dan mengganti norma-norma dalam masyarakat. Salah satu pilar keberlangsungan atau pewarisan norma dalam masyarakat adalah wartawan.

Ali (dalam Mulyana,2001:129) mengungkapkan, seorang komunikator (wartawan) wajib membela kebenaran, sehingga keadilan tegak, karena "keadilan di antara orang-orang" tidak dapat dilaksanakan tanpa menjaga kebenaran sebagai salah satu tugas utama komunikasi massa (komunikasi menggunakan media massa). Syari'at Islam tidak menyetujui dengan prinsip "masyarakat berhak mengetahui" dan (sebagai akibatnya) "jurnalis berhak mengumpulkan informasi", seperti yang dipraktekkan di Barat karena prinsip itu cenderung membenarkan publikasi kejahatan atau keburukan orang lain.

Dalam Surat An-Nuur:15-19, Allah Swt memberikan panduan bagaimana dan sejauh mana wartawan mengumpulkan dan menyebarkan informasi. Dalam Surat Al-Humazah Ayat :1, Allah Swt mengutuk kejahatan mengumpat (dengan kata-kata, sindiran, peniruan perilaku, sarkasme atau hinaan) dan membicarakan keburukan orang lain-meskipun hal itu benar dan dilakukan wartawan. Informasi yang buruk, yang tidak berdasarkan pengetahuan yang pasti, tidak boleh disebarluaskan, apalagi bila informasi itu mencemarkan karakter, nama baik dan kehidupan seseorang, terutama orang-orang saleh. Syari'at Islam berpandangan bahwa semua jenis kegiatan itu sebagai kejahatan, meskipun hal tersebut biasa dilakukan media sekuler melalui sajian berita, antikel, hiburan, atau tayangan iklan, Qur'an memperingatkan bahwa setiap pikiran dan perbuatan manusia akan dimintai pertanggungjawaban.

Menurut Deddy Mulyana (2001:129), berita atau artikel sensasional yang mengandung dusta jelas tidak dibenarkan oleh Islam. Sebagaimana Rasulullah Muhammad Saw. bersabda, *"Barangsiapa yang tidak meninggalkan dusta dan perbuatan jahat dan berbicara dengan kata-kata buruk kepada orang lain, maka Allah tidak membutuhkan puasanya"* (Hadist Riwayat Bukhari).

Islam pun menuntut pada umatnya untuk menutup keburukan-keburukan dan dosa-dosa orang lain. Sebagaimana hadist Rasulullah Muhammad Saw.,*"Bila seseorang menutup aib saudaranya, Allah akan menutup aibnya pada hari kiamat. Bila seseorang membukakan aib saudaranya,*

Allah akan membukakan aibnya sendiri, meskipun ia bersembunyi di dalam rumahnya sendiri". Foto atau berita tentang seseorang boleh disiarkan bila dianggap dapat membantu kesulitannya, dan itu merupakan tugas penting surat kabar (wartawan). Suatu berita atau gambar, bahkan bila benar, tidak boleh dipublikasikan bila akan merusak kepentingan umat atau akidah mereka.

Dalam Islam dikenal yang namanya Ghibah, yakni memperguncingkan kejelekan orang lain. Jadi, landasannya sangat kuat jika para tokoh Nahdhiyin memberikan "fatwa" bahwa siaran-siaran informasi atau berita baik dalam bentuk tulisan maupun audiovisual yang masuk kategori ghibah haram untuk ditonton oleh umat Islam.

Secara teoretis, Shoemaker dan Reese (dalam Nurrudin, 2003) mengungkapkan tentang etika yang harus ditaati oleh seorang jurnalis. Pertama, seorang jurnalis atau wartawan harus mempunyai *tanggung jawab* setiap memberitakan sesuatu. Jurnalis tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi diberangi dengan tanggung jawab terhadap akibat dari pemberitaannya, baik tanggung jawab terhadap diri sendiri, Tuhan, khalayak, maupun masyarakat. Kedua, seorang jurnalis memiliki *kebebasan* untuk memberitakan apapun, terlepas dari pengaruh siapapun. Kebebasan jurnalis adalah jaminan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi untuk masyarakat. Ketiga, seorang jurnalis harus *independen*, tidak partisan, terbebas dari unsur kepentingan yang memihak. Jurnalis hanya mengabdikan pada kepentingan umum. Keempat, seorang jurnalis harus menjamin *ketepatan* dalam pemberitaannya serta *objektif*. Akurasi dan jaminan kebenaran sebuah informasi bagi seorang jurnalis sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan khalayak. Kelima, seorang jurnalis harus memperlakukan *adil* terhadap semua orang. Jurnalis harus memiliki jiwa *fair play* terhadap fakta yang terjadi di lapangan.

Kovach & Tom Rosenstiel (2001:6) menguatkan bahwa seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya harus memenuhi sembilan elemen jurnalisme, yakni: 1) Kewajiban seorang jurnalis berpihak pada kebenaran; 2) Loyalitas utama seorang jurnalis terhadap warga; 3) Intisari tugas jurnalis adalah disiplin dalam verifikasi; 4) Seorang jurnalis harus menjaga independensi terhadap sumber berita; 5) Jurnalis harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan; 6) Jurnalis harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga; 7) Jurnalis harus membuat sesuatu hal yang penting, menarik, dan relevan; 8) Jurnalis harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; dan 9) Jurnalis harus mengikuti hati nurani sendiri.

Sementara itu, Sobur (2001) mengutip sejumlah pendapat pakar yang memberikan batasan tentang wartawan yang baik, di antaranya:

Adolph S. Ochs menyebutkan, wartawan yang baik adalah yang mencintai pekerjaannya, rajin melaksanakannya, dan terutama berhati nurani. Dalam pandangan William Randolf Hearst (1961), seorang wartawan yang berhati nurani harus memenuhi pikiran-pikirannya sendiri mengenai kebenaran dan keadilan dan harus menyesuaikan diri dengan nilai-nilai tinggi yang telah dibina publik untuk dirinya. Menurut Effendy³⁰ pun, seorang wartawan memang harus memiliki hati nurani jurnalistik (*journalistic conscience*) ketika hendak memberitakan dengan ukuran dirinya atau keluarganya. Berita yang ditulisnya harus benar-benar sudah dipikirkan dalam berbagai aspek dengan sangat bijaksana.

Rosihan Anwar (1977:1), mengutip John Hohenberg mengemukakan terdapat empat syarat ideal untuk menjadi seorang wartawan yang baik, yakni: 1) tidak pernah berhenti mencari kebenaran; 2) maju terus menghadapi jaman yang berubah dan jangan menunggu sampai dikuasai olehnya; 3) melaksanakan jasa-jasa yang berarti dan ada konsekuensinya bagi umat manusia; dan 4) memelihara kebebasan yang tetap teguh. Anwar (1996:3) pun menambahkan, wartawan yang baik memerlukan keberanian, kejujuran dan integritas yang mendalam. Wartawan yang baik harus menguasai bahasa, memilih dan memperlakukan kata-kata yang tepat dan bagus, serta memiliki pembendaharaan kata yang luas dan penuh makna.

Salah seorang perintis Pers Indonesia, Adinegoro (1961) menyodorkan sifat baik yang harus tertanam dan dipupuk oleh seorang wartawan, yakni: 1) minat yang mendalam terhadap masyarakat dan apa yang terjadi dengan manusianya; 2) sikap ramah tamah terhadap segala jenis manusia dan pandai membawa diri; 3) dapat menimbulkan kepercayaan orang yang dihadapinya; 4) kesanggupan berbicara dengan menulis dalam bahasa Indonesia; 5) memiliki daya peneliti yang kuat dan setia kepada kebenaran; 6) memiliki rasa tanggung jawab dan ketelitian; 7) kerelaan mengerjakan lebih dari apa yang ditugaskan; 8) kesanggupan bekerja cepat; 9) selalu bersikap objektif; 10) memiliki minat yang luas; 11) memiliki daya analisis; 12) memiliki sifat reaktif; 13) teliti dalam mengobservasi; 14) suka membaca; 15) suka memperkaya bahasa.

BAB VI

KODE ETIK JURNALISTIK

C. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang Kode Etik Jurnalistik, baik Kode Etik Jurnalistik Media Cetak maupun kode etik Media Elektronik, maupun Media Sosial, kaitannya dengan peran dan fungsi pers dan media massa dalam mengoptimalkan kinerja wartawan yang bertugas mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi sebagai bentuk pelayanan informasi terhadap khalayak/publik.

D. Kode Etik Jurnalistik

Secara profesional, hampir setiap profesi memiliki landasan moral sebagai dasar acuan bagi mereka untuk menjalankan tugas. Dalam konteks personal, para profesional memiliki landasan moral agama. Namun, dalam konteks sosial, setiap kelompok profesional memiliki kesepakatan-kesepakatan dasar yang dijadikan acuan bagi mereka untuk merumuskan landasan moral profesi. Kesepakatan tersebut lahir dengan menggunakan parameter baik-buruk berdasarkan hati nurani mereka. Kesepakatan itu sering disebut sebagai kode etik profesi, seperti kode etik dokter, kode etik pengacara, kode etik apoteker, kode etik wartawan, dan kode etik profesi lainnya.

Wartawan adalah sebuah profesi, sehingga orang yang bertugas sebagai wartawan adalah seorang profesional. Lakshamana Rao (dalam Romli, 2003:97) mengemukakan, sebuah pekerjaan dapat disebut sebagai profesi jika memiliki empat hal sebagai berikut :

1. Harus terdapat kebebasan dalam pekerjaan tersebut;
2. Harus ada panggilan dan keterikatan dengan pekerjaan tersebut;
3. Harus ada keahlian (*expertise*);
4. Harus ada tanggung jawab yang terikat pada kode etik pekerjaan.

Tampaknya, empat hal tersebut memenuhi pekerjaan wartawan, sehingga wartawan adalah profesi. Profesional dalam konteks profesi manapun, termasuk profesi wartawan, tidak hanya menyangkut kemampuan atau keterampilan dalam menjalankan tugas kewartawanan, mencari, meramu, dan menyajikan berita, tetapi juga mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkan kode etik dengan ikhlas, konsekuen, dan konsisten. Dalam setiap gerak langkah menjalankan

tugas jurnalistik, wartawan selalu dipenuhi semangat penjiwaan dan pengamalan kode etik jurnalistik.

Seperti halnya profesi lainnya, wartawan memiliki kesepakatan-kesepakatan yang berlandaskan hati nurani mereka, landasan moral tersebut yang disebut sebagai kode etik wartawan atau lebih populer dengan sebutan KEJ (Kode Etik Jurnalistik). Menurut Naungan Harahap (2007) ⁵, kode etik wartawan adalah landasan moral bagi wartawan yang berisi kaidah penuntun serta pemberi arah tentang apa yang seharusnya dilakukan dan tentang apa yang seharusnya tidak dilakukan wartawan dalam menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya.

Karena berlandaskan hati nurani wartawan, kode etik wartawan sering disebut sebagai kata hati para wartawan. Oleh karena itu, setiap wartawan wajib menghayati kode etik untuk kemudian mengamalkan dengan sungguh-sungguh ketika menjalankan tugas sehari-hari. Sebagaimana kode etik profesi lainnya, kode etik wartawan pun pada hakikatnya mencakup upaya manusia untuk menilai atau memutuskan suatu perbuatan atau sikap mana yang baik dan mana yang buruk; mana yang benar dan mana yang salah. Oleh karena itu, konsekuensi dari kode etik ini, terdapat sanksi-sanksi jika dilakukan pelanggaran.

Kaitannya dengan penegakan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik, terdapat dua prinsip yang melekat dalam kode etik wartawan, yakni, kode etik wartawan bersifat personal dan otonom dengan bertolak dari hakikat kode etik yang dibuat oleh, dari, dan untuk wartawan. Kode etik wartawan bersifat personal karena penataan atas kode etik tergantung sepenuhnya pada hati nurani wartawan. Prinsip ini sebagai konsekuensi bahwa kode etik wartawan dibuat oleh, dari, dan untuk para wartawan, sehingga yang menentukan telah terjadi pelanggaran terhadap kode etik adalah para wartawan sendiri yang dalam konteks Indonesia tergabung dalam organisasi Dewan Pers. Sementara itu, yang memutuskan sanksi bagi para wartawan yang melanggar kode etik wartawan sepenuhnya wewenang organisasi wartawan dan atau perusahaan pers tempat wartawan tersebut bekerja.

Penetapan pelanggaran KEJ berdasarkan penilaian Dewan Pers dan penjatuan sanksi atas pelanggaran tersebut diberikan oleh organisasi kewartawan atau perusahaan pers merupakan bukti KEJ berprinsip otonom. Pihak lain tidak diberikan "kesempatan" untuk menjatuhkan sanksi terhadap wartawan yang melanggar KEJ.

Selain kedua prinsip tersebut, KEJ pun bersifat universal. Kode etik yang berlaku bagi wartawan di suatu negara berlaku juga bagi

BAB IX

LITERARY JOURNALISM

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis, menjelaskan, dan membuat isi media massa yang paling utama dalam menjalankan fungsi informasi plus juga fungsi menghibur, yakni *literary journalism*, termasuk di dalamnya definisi, unsur dan model, serta syarat-syarat sebuah karya dapat dikategorikan sebagai *literary journalism*.

B. Literary Journalism

Secara etimologis, *Literary Journalism* dapat dipastikan berasal dari Bahasa Inggris, yakni perpaduan dari kata *literary* dan *journalism*. *Literary* dapat diterjemahkan *sastra* dan *journalism* diterjemahkan *jurnalistik* (*Jurnalisme*), sehingga secara sederhana *Literary Journalism* dapat diterjemahkan Jurnalistik Sastra. Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyunting, dan memuat, dan menyebarkan informasi dalam bentuk berita melalui media massa.

Dalam konteks keilmuan sebagaimana realita bahwa Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang multidisipliner, dahan-dahan komunikasi, di antaranya Jurnalistik pun membuktikan warisan ilmu multidisipliner komunikasi. Jurnalistik pun, baik secara teoretik maupun sebagai Ilmu Terapan berkembang dan dapat berkolaborasi dengan ilmu lainnya, seperti halnya Jurnalistik Sastra yang merupakan perpaduan antara Ilmu Jurnalistik Terapan dengan Sastra “terapan” pula. Oleh karena itu, Jurnalistik Sastra banyak dipelajari oleh mahasiswa jurnalistik dan sastra atau para peminat sastra dan peminat jurnalistik.

Secara historis, kata *Literary Journalism* merupakan salah satu dari lima varian karya *new journalism*. Istilah ini muncul di Amerika ketika doktor American Studies dari Yale University, Thomas Kennerly Wolfe Jr. membaca tulisan Gay Talese tentang Joe Louis seorang petinju tua di majalah *Esquire* (1962). Dari sana, Wolfe merasa terkesan dengan gaya tulisan itu. Ia menemukan, sistem jurnalisme baru telah lahir. Teknik reportase dan gaya pelaporannya yang tidak dibatasi oleh sekat-sekat narasi lama. Wolfe mulai mencoba observasi dan mempraktekkannya, ia mengaplikasikannya dalam gaya penulisan novel.

Komunikolog Fedler (dalam Santana, 2008) membagi jurnalisme baru ke dalam empat pengertian, yakni : *Advocacy Journalism*, *Alternative Journalism*, *Precision Journalism*, dan *Literary Journalism*. *Advocacy journalism* mengilustrasikan tujuan penciptaan opini publik, melanjutkan peran *watch dog* (pengawas) dari fungsi *the four estate of the press*.

Alternative journalism menspesialisasikan target minat pembaca, seperti jurnal profesi, *Precision journalism* menggunakan metode ilmiah sebagai alat reportase. *Literary journalism* menggunakan kreasi sastra dalam penulisan laporan secara non-fiksi.

Pada perkembangan selanjutnya, *Literary Journalism* menggantikan istilah *new journalism*. Jurnalis seperti Newfield percaya bahwa *new journalism* sebenarnya hanya perbedaan gaya menulis. Paham ini sudah ada sejak lama seperti *yellow journalism* yang muncul tahun 1890-an. Tak heran bila kemudian banyak kritikus mengecam *new journalism* yang dianggap mengembalikan keburukan masa lalu. Mereka menyebutnya *an era of bias*, hal ini karena *new journalism* melahirkan jurnalis yang terlalu subyektif dan melebih-lebihkan individualisme wartawan dalam mengambil sudut pandang ruang-waktu terhadap suatu peristiwa.

1. Perpektif Jurnalisme Sastra

Walaupun pada mulanya, penulisan laporan dengan gaya sastra digunakan untuk menandingi atau mengungguli daya pikat kecepatan penyampaian informasi dengan media *audio visual* yang diwakili oleh televisi dan radio. Sebagaimana fakta yang ada di Indonesia masa kekinian, televisi dan radio sebagai media elektronik tidak lagi sebagai media yang memfokuskan fungsinya sebagai media hiburan, tetapi juga menjalankan fungsi *to inform*, menyampaikan informasi, seperti lahirnya Tv One, Metro Tv, El-Shinta FM, PR FM, dan lembaga penyiaran lainnya yang konsen sebagai televisi dan radio berita. Realitas itu pula, baik langsung atau pun tidak langsung mempengaruhi kondisi media cetak, terutama surat kabar harian yang notabene baik dari aspek aktualitas maupun penyajian audiovisual, kalah telak.

Kondisi seperti itu di Amerika sudah terjadi sekitar tahun 1960-an, sehingga para jurnalis surat kabar mencari alternatif bentuk penyajian berita yang bisa memikat pembaca lebih dari sekedar informasi. Dalam kontes itulah mereka menemukan karya sastra. Dalam karya sastra dibutuhkan kedalaman informasi yang lebih dibandingkan pelaporan biasa. Hal itu melahirkan ide *new journalism* yang peliputannya digarap di luar kebiasaan reporter koran atau penulis nonfiksi, yakni : mengamati seluruh suasana, meluaskan dialog, memakai sudut pandang dan mencari bentuk monolog interior yang bisa dipakai.

Oleh karena itu, praktik penulisan Jurnalisme Sastra telah muncul di Amerika Serikat sekitar tahun 1960-an seiring kebosanan para wartawan setempat akan cara kerja, teknik dan bentuk pelaporan peristiwa yang monoton, serta pengaruh *booming*-nya penulisan novel kala itu dan keinginan untuk mengungguli daya pikat media audio visual dan kecepatan siaran televisi.

BAB X

OPINI DI MEDIA MASSA

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang isi media massa dan perbedaan-perbedaan di antara media massa tersebut, termasuk juga ciri khas atau karakteristik yang terkait dengan jenis-jenis opini yang ada pada media massa.

B. Opini

Secara umum, isi media massa dapat dikategorikan dalam tiga jenis, yakni *news* (berita), *views* (opini), dan *advertising* (iklan). Dari ketiga jenis isi media massa tersebut yang paling memungkinkan didominasi oleh tingkat subyektivitas yang tinggi adalah opini karena opini adalah pendapat. Sebagaimana amanah Pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945 bahwa kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan Undang-undang. Hal itu mengandung arti bahwa kebebasan berpendapat dalam konteks mengeluarkan pikiran lisan dan tulisan dijamin undang-undang. Yang dimaksud dijamin dalam undang-undang bahwa setiap warga negara berhak berpendapat sepanjang kebebasan berpendapat tersebut tidak melanggar undang-undang alih-alih melanggar hak warga negara lainnya.

Salah satu wadah untuk mengungkapkan pendapat bagi warga negara adalah melalui rubrik opini di media massa. Mengungkapkan pendapat di media massa adalah salah satu cara yang efektif karena daya jangkauan media massa yang luas, tersebar, dan memungkinkan dibaca, didengar, ditonton oleh khalayak yang beragam, baik beragam latar belakang pendidikan, budaya, maupun pemahaman terhadap sebuah persoalan.

Namun, penyajian opini di media massa harus ekstra hati-hati. Berbagai aturan dan kode etik tentang pengungkapan opini di media massa mengajarkan, isi media massa harus memiliki garis batas pembeda antara bentuk opini, dengan berita atau iklan. Ketika opini, berita, dan iklan disajikan dalam media massa, media massa harus memberikan batas yang jelas dan dapat dipahami oleh khalayak perbedaannya tersebut, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Secara umum, pembeda antara opini, berita, dan iklan selain dari teknik penyajiannya juga dalam substansinya. Berita harus berlandaskan fakta, sehingga dasar rumus 5W+1H merupakan ketentuan baku yang harus ditaati. Sementara itu, opini landasannya adalah pendapat,

sehingga harus berangkat dari masalah yang dihadapi khalayak dan memberikan solusi atau jawaban atas permasalahan yang dihadapi khalayak. Iklan lebih fokus pada penawaran produk atau jasa, sehingga tidak cukup hanya informasi, tetapi juga argumentasi dan persuasi yang menggiring khalayak untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkannya.

Dalam konteks inilah, berita berkontribusi pada khalayak berupa informasi, opini berupa solusi, sedangkan iklan adalah promosi. Bahkan, sejumlah aturan dengan tegas menyebutkan bahwa berita “diharamkan” untuk bercampur dengan opini dan iklan. Hal itu pulalah, di antaranya mendorong media massa menempatkan ketiga jenis isi media massa pada rubrik yang berbeda. Kendati dalam fakta penyajiannya, ada juga media massa yang “merekayasa” opini atau iklan seolah berita, seperti halnya pariwisata atau advertorial yang dibentuk seperti berita padahal isinya promosi.

C. Jenis Opini

Opini adalah salah satu konten media massa, baik di media cetak, media elektronik, maupun di media sosial. Namun, dari ketiga media massa tersebut, opini yang menonjol karena diberikan kolom khusus di media cetak. Media cetak, seperti surat kabar dan majalah biasanya memberikan rubrik tersendiri untuk penempatan opini, baik yang datang dari luar redaksi maupun dari dalam redaksi.

Pada media elektronik, terutama televisi, opini disajikan dalam program acara yang variatif, mulai dari yang bentuknya diskusi publik, talkshow, dan jenis lainnya yang nama program acaranya ditentukan oleh lembaga penyiaran masing-masing. Di Media sosial, opini biasanya berbentuk tulisan yang berisi pendapat yang ditulis oleh pihak tertentu yang identitas penulisnya jelas, bahkan seringkali dilengkapi foto penulis seperti halnya di media cetak.

Apapun bentuk sajiannya di media massa, opini termasuk, bahkan disamakan dalam kelompok *views* di media massa. Substansinya adalah pemaparan pendapat seseorang atau kelompok orang, bahkan lembaga terhadap sebuah persoalan, sehingga opini mulai dari berupa solusi terhadap persoalan publik yang muncul sampai suatu sikap yang ditunjukkan dalam menghadapi suatu persoalan. Dalam hal ini, penulis atau penyaji opini diberikan kebebasan untuk menganalisa problematika yang tengah terjadi (aktual) dengan berbagai sudut pandang.

Opini adalah tulisan atau pemaparan yang mengandung subjektivitas, bukan hanya fakta. Artikel, surat pembaca, kolom, karikatur, dan tajuk rencana merupakan jenis-jenis opini di media massa.

Artikel dan surat pembaca dalam surat kabar merupakan pendapat pembaca terhadap suatu masalah, peristiwa atau kejadian tertentu. Sementara itu, tajuk rencana (editorial) adalah opini atau pendapat redaksi media massa tersebut tentang masalah, peristiwa atau kejadian tertentu biasanya yang sedang aktual.

Sumaditirna (2005:01) menyebutkan bahwa artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan/atau kontroversial yang bertujuan untuk memberitahukan (informatif), memengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif). Disebut lepas karena siapapun boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat dan keahliannya masing-masing. Selain itu, artikel yang ditulis tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu. Ditulisnya pun boleh kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja.

Terdapat beberapa jenis artikel yaitu **artikel praktis** yang lebih banyak bersifat petunjuk praktis cara melakukan sesuatu; **artikel ringan** yang lazim ditemukan pada rubrik anak-anak, remaja, dan keluarga; **artikel halaman opini** yang lazim ditemukan pada halaman khusus opini bersama tulisan opini lain yakni tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom, dan surat pembaca; **artikel analisis ahli** yang biasa ditemukan pada halaman muka, halaman-halaman berita, atau halaman rubrik-rubrik khusus tertentu.

Sementara itu, Romli (2013:79) mendefinisikan artikel (article) adalah karya jurnalistik berupa tulisan yang berisi pendapat (opini), gagasan (ide), pemikiran serta fakta. Posisinya dalam karya jurnalistik masuk dalam kategori *views* (pandangan atau opini), seperti halnya tajuk rencana, surat pembaca, kolom, analisis berita, dan karikatur.

Menurut Najib (2009), secara garis besar, anatomi (bagian sentral) opini (artikel) terdiri atas: pembukaan (pendahuluan), isi (tubuh), dan penutup (simpulan). Najib kemudian merujuk pendapat Markus G. Subiyakto dalam buku berjudul "*Kiat Menulis Artikel*" sempat menyodorkan 8 parameter yang bisa dijadikan pegangan pokok bagi para kolumnis, yakni: **Topik** tulisan Anda, apa? **Bentuk tulisan** yang Anda inginkan, macam apa? **Masalah-masalah** yang sudah diketahui pembaca, apa? Informasi baru apa yang ditulis dan bisakah dijelaskan **mengapa** itu terjadi? Pancing perhatian pembaca dengan kalimat yang **menarik**; Tulis dengan gaya yang hidup, pilih **kata-kata populer**, pilih kata kerja yang menunjukkan kesan gerak serta buat kalimat yang **efektif**; Buat alur pembicaraan/pembahasan yang **mengalir** dalam tulisan itu melalui pergantian alinea peralinea, dan pilih kata penghubung yang **menarik** antaralinea.

BAB XII

DEWAN PERS

A. Standar Kompetensi

Mampu mengetahui, memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang aturan-aturan yang terkait dengan eksistensi Dewan Pers, termasuk di dalamnya hak, kewajiban, tugas, dan wewenang Dewan Pers dalam memperkuat kegiatan Jurnalistik yang dilakukan oleh Wartawan, sehingga pelayanan informasi yang diberikannya lebih optimal.

B. Dewan Pers¹³

Sentralisasi penyelenggaraan kekuasaan sepanjang sejarah Orde Baru telah melahirkan pemerintahan yang sangat kuat dan sulit ditandingi oleh unsur-unsur yang merepresentasikan publik. Tidak ada kekuatan politik alternatif yang mampu mengontrol kekuasaan pemerintah saat itu, sehingga tumbuh suburlah struktur dan kultur birokrasi yang cenderung otoriter dan tidak punya cukup kepekaan terhadap kepentingan-kepentingan publik.

Sebagai alternatif untuk mengurai sentralisasi kekuasaan itu, gerakan reformasi melahirkan lembaga-lembaga negara independen (*state auxiliary agencies*). Nama lembaga independen tersebut bermacam-macam, seperti, Komisi Pemilihan Umum (KPU), Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Dewan Pers, dan lain-lain. Lingkup kerja dan otoritasnya berbeda-beda, tetapi mereka dilahirkan dengan tujuan yang sama: melembagakan proses *check and balances* kekuasaan, melahirkan struktur politik di mana proses penyelenggaraan pemerintahan terdesentralisasi, transparan, dan memungkinkan partisipasi publik secara demokratis.

Salah satu hal yang penting tersurat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers adalah eksistensi Dewan Pers. Hal itu tersurat langsung dalam Bab V Pasal 15. Pada pasal tersebut dijelaskan bahwa: (1) Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers, meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen; (2) Dewan Pers melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut: a. melindungi kemerdekaan Pers dari campur tangan kehidupan pers; b. melakukan pengkajian untuk mengembangkan kehidupan pers; c. menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik; d. memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers; e.

mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah; f. memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan; dan g. mendata perusahaan pers.

Anggota Dewan Pers terdiri dari: a. wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan; b. pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers; c. tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan komunikasi, dan bidang-bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.

Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers dipilih dari dan oleh anggota. Keanggotaan Dewan Pers ditetapkan dengan Keputusan Presiden. Keanggotaan Dewan Pers berlaku untuk masa tiga tahun dan sesudah itu hanya dapat dipilih kembali untuk satu periode berikutnya. Sementara itu, sumber pembiayaan Dewan Pers berasal dari : a. organisasi pers; b. perusahaan pers; c. bantuan dari negara dan bantuan lain yang tidak mengikat.

1. Sejarah Dewan Pers

Sebenarnya, eksistensi Dewan Pers cukup lama, tidak ada karena dorongan era reformasi, tetapi sudah terkonsep sejak jaman Pemerintahan Orde Lama. Dewan Pers pertama kali dibentuk tahun 1968. Pembentukannya berdasar Undang-Undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers yang ditandatangani Presiden Soekarno, 12 Desember 1966. Dewan Pers kala itu, sesuai Pasal 6 ayat (1) UU No.11/1966, berfungsi mendampingi pemerintah, bersama-sama membina pertumbuhan dan perkembangan pers nasional. Ketua Dewan Pers dijabat oleh Menteri Penerangan (Pasal 7 ayat (1)).

Pemerintahan Orde Baru --- melalui Undang-Undang No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967, yang ditandatangani Presiden Soeharto 20 September 1982--- tidak banyak mengubah keberadaan Dewan Pers. Kedudukan dan fungsinya sama: lebih menjadi penasihat pemerintah, khususnya kantor Departemen Penerangan. Menteri Penerangan tetap merangkap sebagai Ketua Dewan Pers.

Perubahan yang terjadi, menurut UU No. 21 Tahun 1982 tersebut, adalah penyebutan dengan lebih jelas keterwakilan berbagai unsur dalam keanggotaan Dewan Pers. Pasal 6 ayat (2) UU No. 21 Tahun 1982 menyatakan, "Anggota Dewan Pers terdiri dari wakil organisasi pers, wakil Pemerintah dan wakil masyarakat dalam hal ini ahli-ahli di bidang pers serta ahli-ahli di bidang lain". Undang-Undang sebelumnya hanya